Revista del Consumidor

ISSN 0185-8874

Conozca las mejores videocámaras y videograbadoras

Qué hacer contra la calvicie

Entrevista con Sebastián Pintor

NÚM. 212 • OCTUBRE DE 1994, MÉXICO. PRECIO PACTO N$ 6.00

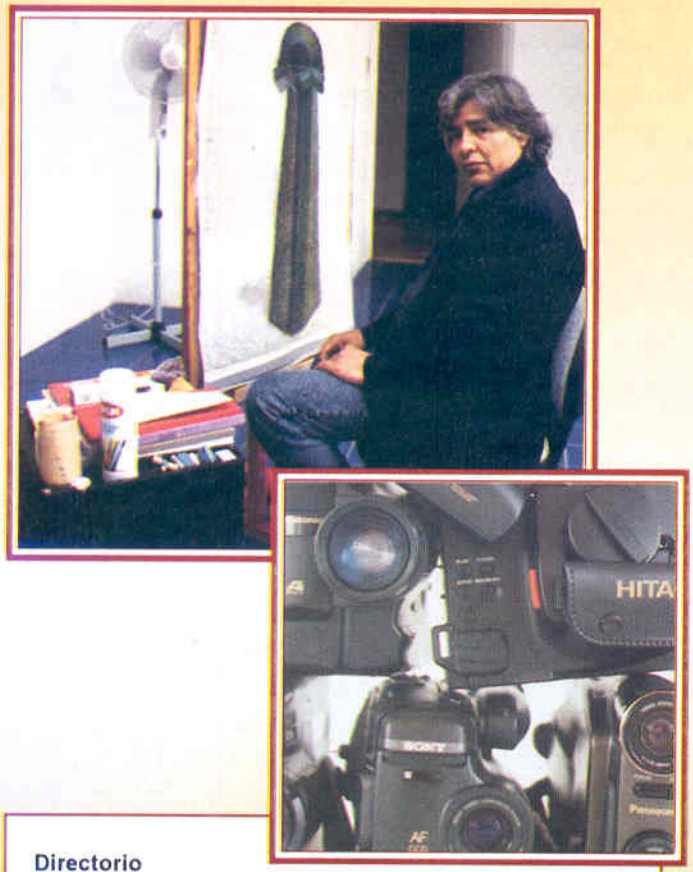
PARA COLECCIONISTAS...

Suscríbase a la Revista del Consumidor 12 meses por sólo N$ 60.00

Llame al 568-87-22, 598-67-81, 611-75-23 y 611-73-79
o acuda a la oficina de la Profeco más cercana.

Sumario

Octubre 1994



Editorial 2
Hora de consolidar equilibrios

Servicios de la Profeco 3
En vivienda, la Profeco lo asesora

Orgullosamente mexicano 7
La industria turística (2a. parte)

La entrevista del mes 15
Sebastián Pintor y el consumo de imágenes

Todo sobre... 23
Discotecas: ¿al rock que les tooquen...?
Lo "oculto" de los objetos esotéricos
Vidrio soplado

El carrusel de los signos 38
El taco nuestro de cada día

Salud 46
Día Mundial de la Alimentación
No trate a sus pies con los pies
Tratamientos contra la calvicie

Los pequeños consumidores 57

Foro del consumidor 63

Reporte especial I
Videocámaras y videocaseteras

Directorio

Director:
Marco Antonio López Gallo

Editor: Marco Antonio López Gallo; **Director Editorial:** Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; Jefe de Información: Enrique Parada García; Jefa de Corrección: Dora Torres Ponce; Reporteras: Ma. Guadalupe Cruz, Graciela Muñoz; Tipografía: Ana S. Chio; Fotografía: Francisco Alatriste Torres, José Ángel Gutiérrez. **Director de Arte y Diseño:** Alejandro Lobato Rosales; **Jefe de Diseño Gráfico**: Víctor Gutiérrez G.; Diseñador: Pedro Castellanos G.; Ilustración: Mónica Miranda.

Portada: **"El perico".** Autor: **Jorge González Camarena**. Colección: Ricardo Pérez Escamilla. Proporcionada por: Instituto de Investigaciones Estéticas, U.N.A.M.

El contenido de los anuncios comerciales publicados en la Revista del Consumidor es de la exclusiva responsabilidad de los anunciantes. Su publicación no implica, en modo alguno, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, juicio de valor ni acto de autoridad, ni aval de los bienes o servicios que se anuncian. Asimismo, estas condiciones forman parte de los acuerdos que al respecto se suscriben con los anunciantes.

Teléfono de la revista: 559-72-96 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor en Insurgentes Sur núm. 1228, 5° piso, c.p. 03200, o al A.P. 20600, México, D.F.

Editorial

Hora de consolidar equilibrios

México es un país con vasto trasfondo histórico. Su construcción se ha fincado en la integración de añejas costumbres y las más novedosas formas de relación social. Sumar ha sido la fórmula para erigir una nación que hoy ocupa, tanto por su cultura como por la dimensión y complejidad de su vida económica y social, un lugar relevante en el escenario mundial. En estos días de octubre, la reflexión que se remonta al origen de nuestro mestizaje adquiere un valor de actualidad para tomar decisiones que consoliden el proyecto de nación.

Ello vale hoy más porque el país enfrenta rezagos cuya solución exige el esfuerzo de todos, sin exclusiones ni privilegios. La búsqueda de correspondencias indispensables entre la generación de la riqueza y su mejor distribución está en el centro de las aspiraciones de bienestar de la sociedad. Sin duda, el desarrollo con justicia y equidad es el gran tema mexicano de nuestro tiempo.

Esta tarea nacional se sustenta en una reforma social que, apoyada en una vigorosa descentralización, abra opciones de desarrollo a los diferentes grupos y núcleos de la población, es decir, responda a la diversidad social, de manera que los antiguos y nuevos protagonistas de la vida mexicana desempeñen, desde su escala, el papel que les corresponde en el fortalecimiento de México.

Es hora de consolidar los equilibrios de la nación; en el ámbito del consumo, participar en los nuevos espacios y tendencias comerciales del mundo no significa renunciar a nuestra identidad sino encontrar vasos comunicantes entre una economía sana y un mayor poder adquisitivo para la mayoría de la población. Sin duda, la armonía entre los extremos constituye el punto de arranque de la nueva etapa que México ha de recorrer. La adopción de argumentos fundamentalistas encierra graves riesgos de aislamiento y, al final, la cancelación de oportunidades. La divisa es encontrar, con toda nitidez, puntos de balance entre una tradición que nos hermana e identifica y una necesaria modernidad que nos brinde más y mejores opciones de consumo. El propósito es establecer mecanismos que aseguren el traslado permanente de los beneficios del crecimiento hacia un más firme desarrollo familiar.

Por ello, la Procuraduría Federal del Consumidor promueve diversos programas que ponen énfasis, por igual, en la necesidad de mantener vivas y actualizadas nuestras prácticas culturales y en las formas novedosas que los consumidores deben conocer para aprovechar las condiciones del mercado.

En vivienda, la Profeco lo asesora

La vivienda es una necesidad fundamental del ser humano; no obstante, el déficit en su oferta ha propiciado que numerosas personas recurran al arrendamiento como una alternativa. Con base en la desigual proporción entre oferta y demanda, la relación de los arrendadores y arrendatarios -es decir, "caseros" e "inquilinos"- exige la cabal aplicación de los documentos normativos que la rigen, así como enfatizar el papel regulador y conciliatorio que desempeña en ello una institución como la Procuraduría Federal del Consumidor.

Usted no está solo

Desde 1985, el Congreso de la Unión facultó a la Profeco para intervenir en los problemas referentes a las relaciones de arrendamiento de inmuebles para casa habitación en el D.F.

Ese mismo año se aprobaron una serie de reformas y adiciones a diferentes ordenamientos jurídicos vinculados con la vivienda, como el Código Civil, el Código de Procedimientos Civiles, la Ley del Impuesto Sobre la Renta, y la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), entre otros. Posteriormente, en diciembre de 1992, la LFPC experimentó otras modificaciones.

El licenciado Juvenal Cornejo Gómez, director de Arrendamiento Inmobiliario de la Profeco, nos comenta:

"A raíz de la entrada en vigor de la nueva LFPC en 1992, en el artículo 73 se especifica que la Profeco tiene competencia en los asuntos relativos al arrendamiento de inmuebles destinados a casa habitación que estén ubicados en el D.F., en cuyo caso se considera al arrendador como proveedor y al inquilino o arrendatario como consumidor"

En dicho artículo también se establece que los actos relacionados con inmuebles sólo estarán sujetos a la LFPC cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas destinadas a casa habitación.

"Los proveedores -afirma nuestro entrevistado- deberán efectuar la entrega física o real del bien objeto de la transacción, en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas" (art. 74).

Por otra parte, en el artículo 75 del mismo ordenamiento se indica: "En los contratos de adhesión relacionados con inmuebles se estipulará la información requerida en el capítulo VII, fecha de entrega, especificaciones, plazos y demás elementos que individualicen el bien. Los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que conste por escrito la relación contractual, excepto el relativo a gastos de investigación".

Asimismo, el artículo 76 de la LFPC indica: "La Procuraduría podrá promover ante la autoridad judicial, cuando vea amenazado el interés jurídico de los consumidores, el aseguramiento de los bienes a que se refiere este capítulo en aquellas operaciones que considere de difícil o imposible cumplimiento, mientras subsista la causa de la acción".

Respecto a las facultades y funciones de la Profeco, el director de Arrendamiento Inmobiliario agrega:

"Con la intervención de la Procuraduría se ha logrado frenar el incremento exorbitante de las rentas, que se respete el derecho de prórroga, y que se entregue copia del contrato y de los recibos que comprueban el pago de la renta, entre otros aspectos.

"Las quejas ahora son menos porque cuando la institución interviene en un caso de arrendamiento, se le hace saber al casero que está actuando en contra de las disposiciones de la LFPC".

Derechos del inquilino

En el Código Civil existe un apartado en el que se establecen las disposiciones generales referentes al arrendamiento de vivienda en el Distrito Federal, el cual en su título sexto estipula como derechos y obligaciones de los arrendatarios los siguientes:

☞ El arrendatario está obligado a pagar la renta en la forma y el tiempo convenidos y a responder por los perjuicios que sufra la vivienda por su culpa o negligencia.

☞ El inquilino tendrá derecho a que le entreguen la vivienda en buenas condiciones de higiene y salubridad.

☞ La duración mínima del contrato de arrendamiento será de un año forzoso para el arrendador y el arrendatario, tras el cual podrá pedirse una prórroga hasta por dos años por parte del inquilino, siempre y cuando se encuentre al corriente en el pago de las rentas.

☞ La renta sólo puede ser incrementada anualmente y no excederá del 85 por ciento del incremento porcentual que se fije al salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, en el año en el que el contrato se renueve o prorrogue.

☞ El inquilino tiene derecho a exigir el contrato de arrendamiento por escrito y debidamente registrado ante la Tesorería del D.F., mismo que deberá contener cuando menos las siguientes estipulaciones:

* Nombres del arrendador y del arrendatario.
* Ubicación del inmueble.
* Descripción detallada de la vivienda y de las instalaciones y accesorios con que cuenta para el uso y goce de la misma, así como del estado que guarda.
* Monto de la renta.
* Garantía, en su caso.
* Mención expresa del destino habitacional.
* Término del contrato.

Cambios del Código Civil

El 21 de julio de 1993, el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) publicó un decreto que contiene la supresión de varios derechos que se consideran de orden público y de interés social a favor de los inquilinos; asimismo, se suprimió la facultad de la Profeco para intervenir en asuntos de arrendamiento de casa habitación en el Distrito Federal. Sin embargo, no entró en vigor -como se tenía previsto- el 19 de octubre del mismo año, a raíz de una amplia movilización ciudadana que pidió su aplazamiento, en virtud de lo cual apareció en el DOF del 23 de septiembre de 1993 un decreto que señala que dichas reformas entrarán en vigor hasta el 19 de octubre de 1998.

Por tal motivo, la Profeco sigue cumpliendo con su función de proteger al inquilino, y continúan vigentes las disposiciones de arrendamiento publicadas en el Código Civil de 1985.

Únicamente se aplicarán las reformas del 21 de julio de 1993 en los siguientes casos:

- Locales comerciales.
- Casas habitación de uso particular que se den de alta para fines de arrendamiento.
- Construcciones nuevas que se edifiquen con fines de arrendamiento, en este caso el arrendador está obligado a presentar la constancia de terminación de obra, la cual deberá tener fecha posterior al 19 de octubre de 1993.

☞ El inquilino tendrá el "derecho del tanto" en caso de que el propietario quiera vender la vivienda, lo cual significa que antes de ofrecerla a una tercera persona, el arrendador la debe proponer en primera instancia a los inquilinos.

Problemas más frecuentes

Entre los principales motivos de queja en materia de arrendamiento inmobiliario figuran:

- No se respeta el incremento legal previsto en el Código Civil al momento de renovarse o prorrogarse el contrato.
- El arrendador no respeta el derecho del inquilino a la prórroga del contrato, que es hasta por dos años.
- Negativa a entregar documentos, como copia del contrato o recibos de pago de la renta.
- No se da mantenimiento de manera permanente al inmueble para conservarlo en las condiciones de higiene y salubridad que señala la ley.
- No se respeta el "derecho del tanto", es decir, el arrendador pretende vender la casa a terceros y no al inquilino que la está habitando.
- Negativa a la devolución del depósito una vez que termina la relación de arrendamiento.

En 1991 hubo un incremento considerable en la actividad de la Profeco en materia de arrendamiento, pues se proporcionaron 26 mil 572 asesorías, se recibieron 9 mil 21 quejas, se efectuaron 19 mil 801 audiencias de conciliación, y se concluyeron un total de 8 mil 490 expedientes, de los cuales 7 mil 253 fueron resueltos a favor del inquilino.

La diferencia es notable si comparamos lo anterior con las cifras obtenidas por la Dirección de Arrendamiento Inmobiliario durante el año de 1993: 8 mil 944 asesorías y consultas jurídicas, 3 mil 429 quejas recibidas, 9 mil 394 comparecencias y audiencias de conciliación, 3 mil 255 casos concluidos, y 2 mil 421 casos resueltos a favor del inquilino.

Tomando en cuenta la descentralización de actividades efectuada en la Profeco, hasta mediados del mes de junio de 1994 se contabilizaron: 2 mil 581 asesorías y consultas jurídicas, 759 quejas recibidas, 3 mil 12 comparecencias y audiencias de conciliación, mil 200 casos concluidos, y mil 37 casos resueltos a favor del inquilino.

Cómo presentar su queja

Si usted enfrenta algún problema con su casero y decide acudir a las oficinas de la Profeco en busca de ayuda, nuestros abogados le brindarán orientación y asesoría; asimismo, le informarán cuándo es necesario levantar una queja en contra del arrendador y le señalarán día y hora para que se realice una audiencia de conciliación, tal como lo señala la LFPC.

Al arrendador se le notifica acerca de la queja presentada por el inquilino y se le requiere para que comparezca y rinda un informe por escrito, en el cual manifiesta si está dispuesto

a
todo México
y el mundo

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos

91 800 502 76

MEXICO
368 65 77
729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 35 94 08

MONTERREY
51 26 86 51 58 40

Solicite nuestros
servicios por
fax al:

729 51 37

a satisfacer la reclamación. Posteriormente se celebra la audiencia y el abogado conciliador exhorta a ambas partes a resolver el problema y llegar a un acuerdo.

Si no hay convenio, se suspende la audiencia y se fija otra fecha para buscar la conciliación de los intereses de las partes, y en caso de que no se logre la misma, se invita al arrendador y al arrendatario a que designen árbitro a la Profeco.

Cuando en el expediente se detecta una violación a los derechos del inquilino, se inicia el procedimiento por infracciones a la LFPC, en el cual se otorgan 10 días hábiles al presunto infractor para que ofrezca las pruebas que a su derecho convengan; una vez recibidas las pruebas se emite el acuerdo correspondiente y se le concede de nueva cuenta al arrendador el término de dos días hábiles para que formule sus alegatos; el expediente queda debidamente integrado para la emisión de la resolución, que puede ser absolutoria -cuando no se impone sanción- o condenatoria -cuando se aplica una sanción económica, arresto o clausura por haber cometido una infracción.

Usted puede interponer su queja personalmente, vía telefónica o por escrito en cualquiera de las delegaciones que la institución tiene instaladas en el Distrito Federal.

La Dirección de Arrendamiento Inmobiliario de la Profeco está ubicada en José Vasconcelos núm. 208, 6º piso, colonia Condesa; o bien, solicite asesoría jurídica llamando a los teléfonos 568-87-22, 559-72-96 ó 211-21-82.

En el interior de la república, cada una de las entidades federativas posee su propia legislación; las normas en materia de arrendamiento están contempladas en el Código de Procedimientos Civiles y en el Código Civil - el cual fue modificado recientemente y cuyos cambios le presentamos en un recuadro anexo- de cada entidad.

Cabe aclarar que la competencia de la Profeco en cuestiones de arrendamiento se concreta única y exclusivamente al Distrito Federal; sin embargo, en los estados se proporciona asesoría jurídica para informar al inquilino cuáles son sus derechos y obligaciones, de qué forma los puede hacer valer y a qué instancias recurrir.

Karla Nájera

Fuentes: -Código Civil, 1985.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Dirección de Arrendamiento Inmobiliario, Profeco.

La industria turística (2ª parte)

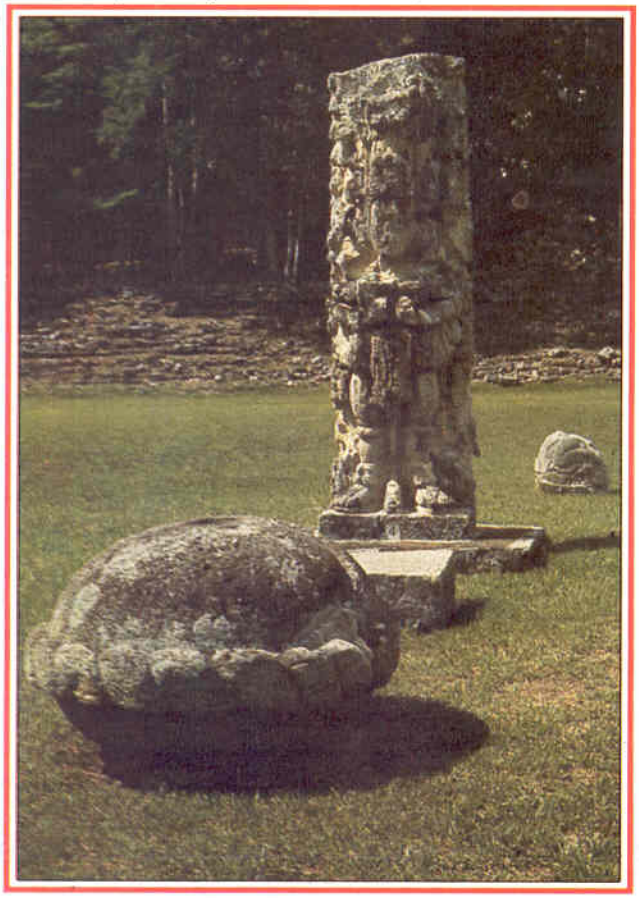
Nuestro pasado es nuestro futuro

Un mundo antiguo y magistral,
orgullo que nos hace cantar.
arte y cultura hablaron de ti.
belleza grande y muy actual.

Además de la belleza y variedad de sus destinos de playa, México posee el patrimonio ecológico y arqueológico más rico del continente: testimonios del pasado, evidencias del conocimiento, sorprendentes relatos de personajes míticos, guerreros valientes y civilizaciones prodigiosas que nos legaron obras de arte, pinturas y construcciones que permanecen en pie para narrar el pasado y cimentar el futuro. Arte e historia se unen para convertir a nuestro país en un sitio único en el mundo.

Las zonas arqueológicas del territorio nacional abundan en los cuatro puntos cardinales, y aunque los visitantes no son numerosos, cada día aumentan, en parte gracias a la difusión de los medios de información y del Plan Nacional Arqueológico, creado por el Ejecutivo en octubre de 1992, que reúne a varias dependencias encargadas de conformar proyectos de desarrollo turístico tomando como base los atractivos ecológicos de cada región.

Mediante dichos planes, además de la restauración arqueológica, se cuida y preserva la flora, la fauna y las tradiciones del lugar.



Existen 23 proyectos arqueoecológicos, cinco en el estado de Tabasco: La Venta, Comalcalco, Mal Pasito, Pomona y Reforma Balancán; ocho en Campeche: Becan, X'pujil, Chicanna, Riobec, Hormiguero, Calakmul, Balmku y Nadzcaan; en Yucatán actualmente se restauran las pirámides de la ciudad de Itzamal, así como Dzibilchaltun, Uxmal y Labná; en Quintana Roo se exploran y restauran tres sitios, dos de ellos pertenecientes a la cultura maya: La Laguna y Chachoben, y uno que data de la época colonial llamado Chichan-ha. Finalmente, en el estado de Chiapas se encuentran en explo-

ración los sitios de Chinkultic, Tenam Puente y Junchavin. Asimismo, el Plan Nacional comprende un mejoramiento considerable en otras zonas como Teotihuacán, Monte Albán, Xochicalco, Filobobos, Cantona y Xochitécatl. El presupuesto destinado es de 110 millones de nuevos pesos.

"Mundo Maya" es uno de los programas que la Secretaría de Turismo puso en marcha para dar a conocer el acervo turístico del país; dicho programa abarca dos aspectos: el nacional, dentro del que participan los estados de Campeche, Tabasco, Chiapas, Yucatán y Quintana Roo; y el internacional, en el cual toman parte Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador.

En el plano nacional, el programa avanza a buen ritmo: se ha constituido un fondo mixto de participación conjunta con los gobiernos estatal, local y federal; además de que los atractivos de la región se difunden a nivel mundial.

A la fecha, el promedio de visitantes nacionales e internacionales que acuden a los centros arqueológicos es menor al de los que prefieren las playas, sin embargo, la afluencia tiende a aumentar, sobre todo en las zonas mayas. En lo que se refiere a este programa, la ocupación de los cuartos de hotel (de un total de 26 mil 360) fue del 63.9 por ciento en 1993.

El número de turistas ascendió a 3 millones 251 mil 007 personas, de las cuales un millón 43 mil 627 eran mexicanas y un millón 813 mil 380 de origen extranjero.

Se registró un total de 51 mil 685 vuelos a estos destinos: 10 mil 984 de procedencia internacional; 33 mil 067 nacionales y 7 mil 634 *charters*.

El total de pasajeros que arribó por avión a estas regiones fue de 2 millones 913 mil 412; de ellos, un millón 198 mil 216 llegaron en vuelos nacionales; 834 mil 181 en internacionales y 881 mil 015 en *charters*; el mayor número de visitantes extranjeros proviene de Norteamérica y Europa, y representan un 18 por ciento del turismo receptivo del país.

Se espera que con estos proyectos arqueoecológicos, además de combinarse con la infraestructura de las regiones, aumente y se diversifique el flujo turístico para lograr una derrama económica más amplia, ya que de esta manera también se ayuda a reforzar el crecimiento de otros sitios de interés cercanos.

Las principales zonas arqueológicas del país

Desde los años veinte y treinta, las zonas arqueológicas más visitadas son Uxmal y Chichen-Itzá, en Yucatán, especialmente a partir del periodo comprendido entre 1965 y 70, cuando empezó a crecer la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros. Actualmente, los seis sitios más visitados son:

Uxmal, Yucatán: Una de las ciudades de estilo arquitectónico *Puuc* más célebres. Fue una ciudad-estado que gobernó todo el territorio circundante.

El alto grado de organización sociopolítica de quienes la habitaron se pone de manifiesto en su

extensión, su gran *sacbé* o "camino blanco", la magnificencia de sus construcciones, la muralla defensiva que delimita la parte central y, sobre todo, en el sistema de abastecimiento de agua creado para resolver las necesidades de su población. Las edificaciones más representativas de esta zona son: el Palacio del Gobernador, el Templo de las Tortugas, el Cuadrángulo de las Monjas, el Grupo del Cementerio, El Palomar y el Juego de Pelota. Cuenta con todos los servicios turísticos.

Kabáh, Yucatán: Dependía políticamente de Uxmal y estaba unida a ella por un camino o *sacbé* de 18 kilómetros de longitud; hoy se puede admirar un arco que marcaba la entrada a la ciudad. Debido a la imperiosa necesidad de agua, los habitantes de este sitio desarrollaron un culto y gran admiración por el dios del agua, los cuales plasmaron en una construcción conocida como *Coda-Po* o "esfera enrollada", estructura que destaca entre todas las demás del lugar. En el Cuadrángulo del Este se encuentran el *Teocalli* y la Tercera Casa; mientras que el Cuadrángulo del Oeste alberga el Edificio de las Grecas, el Templo de los Dinteles y El Arco.

El turista puede disfrutar de todos los servicios en la ciudad de Mérida.

Chichen-Itzá: "La ciudad al borde del pozo de los Itzáes" es la más conocida del mundo maya. De clara influencia tolteca, este centro ceremonial se utilizó hasta el año 1200 d. de C. Sus principales edificaciones dentro del llamado *Chichén* Viejo son: la Casa del Venado, el *Chichán-Chob*, el *Akab-Dzib* y el Templo de los Tres Dinteles; en tanto que al *Chichén* Nuevo corresponden El Caracol, el Juego de Pelota, el Templo de las Águilas, el Templo de los Guerreros o de *Chac-Mool* y El Castillo.

Otras estructuras importantes son: el Grupo de las Mil Columnas, el *Tzompantli*, El Mercado, el Complejo de las Monjas, el Templo de los Tableros y el Cenote Sagrado. La ciudad de Mérida cuenta con todos los servicios turísticos.

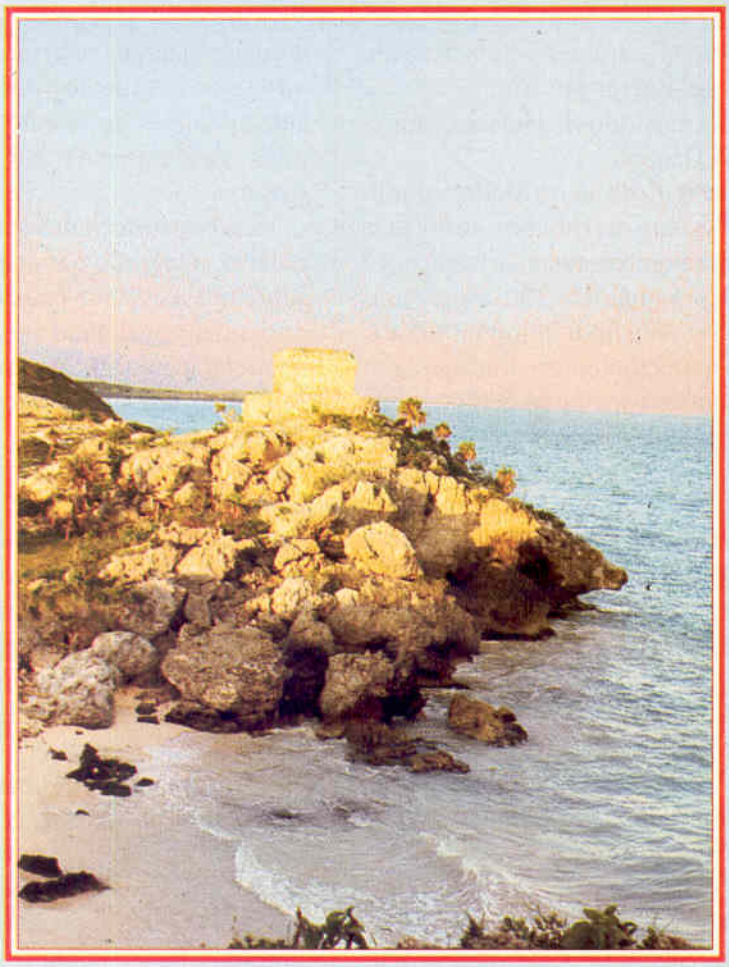
Cobá, Quintana Roo:

Ciudad-estado ubicada alrededor de cinco lagos, en el corazón de una selva de altísimos árboles de maderas preciosas. En su amplio territorio se construyeron numerosos edificios monumentales, estructuras menores y una red de 45 caminos o *sacbés* que comunicaban a la ciudad con sitios cercanos y con poblaciones lejanas.

El área arqueológica está constituida por tres conjuntos arquitectónicos: el Grupo *Cobá*, el Grupo *Nohoch Mul* y el Grupo *Chucmuc Mul*. La construcción más notable del centro es un basamento de nueve cuerpos denominado El Castillo.

Se ofrecen todos los servicios en Cobá, Felipe Carrillo Puerto y Cancún.

Tulum, Quintana Roo: Su nombre original fue *Zama*, que significa "amanecer", debido a que desde ahí se puede apreciar la salida del sol; *Tulum* quiere decir "cerco, seto o muralla", pues La Muralla era la construcción más representativa del lugar, la cual protegía el centro de la ciudad, donde se encontraban edificios público-administrativos, cívicos y religiosos.



El sitio fungió como un importante punto costero que vinculaba el comercio marítimo con el terrestre. Su ubicación era estratégica en lo que se refería a su defensa, pues por un lado estaba resguardada por un acantilado, y por el otro, por una zona pantanosa de mangle.

Existen otras 15 estructuras en este centro arqueológico, como la Casa de *Chultum*, el Templo del Viento, La Caleta, El Castillo y las Torres de Guardia, que se encuentran dentro de los princi-

pales conjuntos: el Grupo Central, el Grupo *Kukulkán*, el Sector Noroeste y el Sector Sureste.

El visitante encontrará todos los servicios turísticos en la ciudad de Cancún.

Palenque, Chiapas: En la Sierra Madre y dominando la llanura del estado de Tabasco, se localiza este escenario de exuberante vegetación tropical. El sitio está formado por más de 200 estructuras adaptadas en forma y tamaño a la topografía del terreno. Su estilo arquitectónico se caracteriza por los templos semejantes a las chozas mayas; los edificios están distribuidos alrededor de diferentes plazas, asentados en basamentos escalonados y plataformas. En la Gran Plaza está El Palacio y el Templo de las Inscripciones. Al otro lado del río *Otulum*, que atraviesa la ciudad, se encuentran los templos de La Cruz, El Sol, y de la Cruz Enramada; mientras que al norte están los templos de El Conde, del Bello Relieve, y otros más. También son de admirarse el Acueducto y los puentes construidos sobre el río *Otulum*, magníficas obras hidráulicas realizadas por los palencanos. La población de Palenque cuenta con todos los servicios para los turistas.

Los seis sitios del "Mundo Maya" con mayor afluencia turística son:

Labná, Yucatán: Significa "Casa vieja" y mantuvo una estrecha relación con Uxmal; al igual que otros sitios arqueológicos de la región, comparte características arquitectónicas y decorativas con otros asentamientos conocidos como *Puuc* (serranía).

Sus construcciones son: al norte, el Grupo del Palacio, integrado por una gran terraza construida sobre una elevación natural del terreno, en su lado oriente hay escalinatas de acceso y del lado sur parte un *sacbé* (camino). Al sur se encuentra el Grupo El Mirador, que es un conjunto de estructuras agrupadas en dos cuadrángulos con edificios intercomunicados entre sí por una plaza abierta. Las únicas edificaciones parcialmente restauradas son El Mirador y El Arco.

Sayil, Yucatán: Se caracteriza por un conjunto arquitectónico unido por calzadas. Aún conserva el edificio más elegante de estilo *Puuc*, pero con una mayor sobriedad en las fachadas. Las estructuras más notables del centro son El Mirador, El Palacio y el Juego de Pelota.

Los paseantes que acudan a estos lugares -Labná y Sayil- pueden encontrar todos los servicios turísticos en la ciudad de Mérida.

Edzná, Campeche: La "Casa de los Itzáes" o "Casa del eco" se localiza en un valle rodeado por una serranía de mediana altura. Aquí destaca una

majestuosa pirámide de cinco pisos, con dos crujías y una bella escalinata que la convierte en una de las construcciones más elegantes de la arquitectura maya. Se conoce como Sistema de la Plaza Central o Gran Acrópolis.

En las inmediaciones se encuentran otras estructuras importantes como el Juego de Pelota, el Templo de la Vieja y el Templo de las Estelas.

Existen servicios para el turismo en las ciudades de Papantla, Poza Rica y Tuxpan.

Yaxchilán, Chiapas: "Piedras verdes" se distingue de otros sitios de la región por la gran cantidad de esculturas que posee; la Gran Plaza es el punto principal y existen numerosos edificios de gran tamaño, con fachadas lisas o decoradas con nichos y esculturas.

La importancia del lugar radica en sus 124 textos distribuidos en 30 estelas y altares, 59 dinteles y 7 inscripciones diversas. Sus principales centros son los conocidos como El Laberinto, el 24, el 39 y el 40.

A este lugar únicamente se puede llegar por avioneta desde Villahermosa, Tabasco; Palenque y Bonampak son las ciudades que ofrecen todos los servicios al turista.

Bonampak, Chiapas: En medio de la Selva Lacandona se erige este centro arqueológico cuyo nombre significa "Muros pintados"; su arquitectura es similar a la que predomina en Palenque y Yaxchilán. El edificio principal se compone de tres recintos decorados con frescos que muestran la presentación de un hijo del jefe principal a los nobles; una danza en la que participan músicos y bailarinas; y una batalla que representa el castigo de los prisioneros.

En los demás edificios se pueden apreciar algunos dinteles y restos de figuras esculpidas en las fachadas, así como bajorrelieves, esculturas y cerámicas.

El acceso a Bonampak es por carretera o por avioneta desde Comitán, Villahermosa, Palenque o Tenosique, ciudades en las que se ofrecen servicios al turismo.

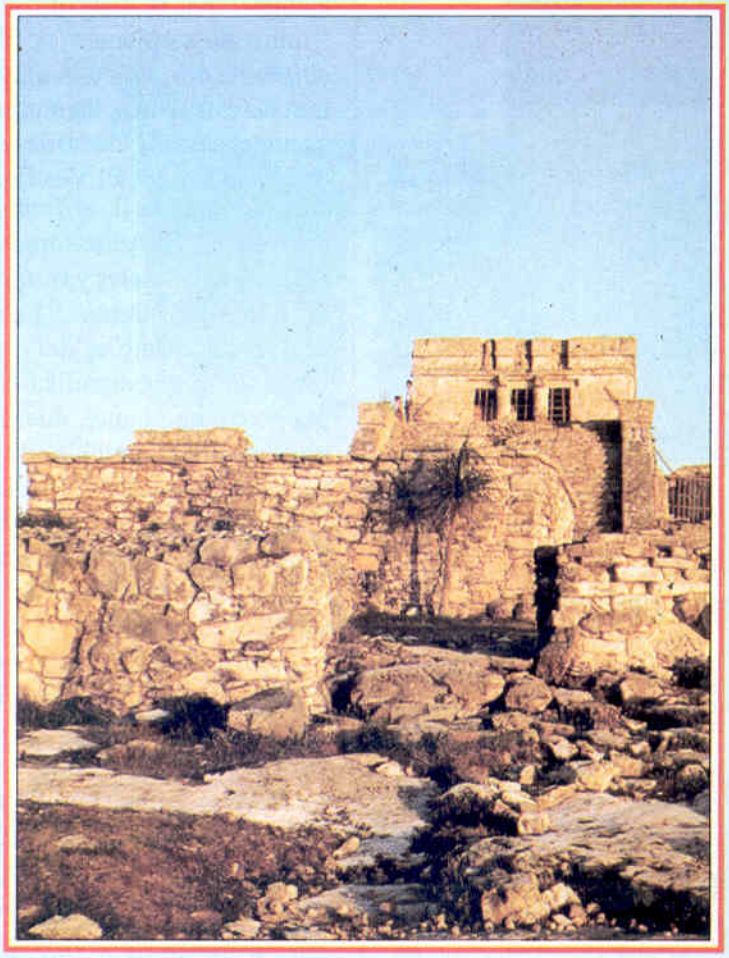
Kohunlich, Quintana Roo: Selva, escalinatas y plataformas conforman la sede de este centro ceremonial cuya pirámide central de tres pisos está adornada por enigmáticos mascarones que flanquean su escalinata central.

Otras edificaciones son el conjunto llamado Acrópolis, el Juego de Pelota y la Plaza de las Estrellas.

Chetumal es el lugar donde el turista puede encontrar todos los servicios.

Además, en la ruta "Mundo Maya", el visitante disfrutará de paisajes de gran belleza como el **Cañón del Sumidero**, las **Lagunas de Montebello** y las **Cascadas de Agua Azul**, en Chiapas; las **Grutas de Balancanchén**, en Yucatán; la **Laguna de Bacalar** y **Xel-Há**, en Quintana Roo; desde aquí también podrá visitar algunos destinos turísticos de playa, como **Cancún**, **Isla Mujeres**, **Cozumel** y el **Corredor Cancún-Tulum**.

Otras zonas arqueológicas con gran afluencia turística son: **El Tajín**, en Veracruz, escenario pletórico de lomas y vegetación, con su famosa Pirámide de los Nichos, que antiguamente se utilizaba para realizar la danza ritual de los Voladores de Papantla; el Juego de Pelota, el Palacio de las Columnas, y otros basamentos.



Recientemente se abrió al público una amplia sección que convierte a la zona en una de las más extensas y con mejores servicios del país.

Xochicalco, Morelos: "La plaza o la casa de las flores" fue una ciudad dominada por la cultura tlahuica, donde destacan tres sitios: **Xochicalco**, **La**

a todo México y el mundo

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos

91 800 502 76

MEXICO
368 65 77
729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 35 94 08

MONTERREY
51 26 86 51 58 40

Solicite nuestros servicios por fax al:

729 51 37

Bodega y **La Malinche**. La principal estructura de Xochicalco se conoce como la Gran Pirámide; otras edificaciones son: la Plaza Principal, el Juego de Pelota, Los Altares, El Palacio y Las Cuevas. Otra zona arqueológica es **Chalcatzingo**, a 68 km de Cuautla. En Cuernavaca se pueden encontrar todos los servicios turísticos.

Tula, Hidalgo: El "Lugar de tules o juncos" es la ciudad más importante del México prehispánico. Fue también el sitio de la "Serpiente Emplumada", donde surgieron las artes y los oficios. Su patrón arquitectónico es de claro espíritu militarista; la mayoría de los relieves de piedra y frisos pintados muestran guerreros armados o procesiones de jaguares, coyotes y águilas. El centro principal se compone de estructuras como la Unidad Habitacional, el Juego de Pelota I, el *Coatepantli* o "muro de serpientes" y el Templo de *Tlahuizcalpantecutli*, en cuya parte superior se encuentran las estructuras llamadas Atlantes. Otras edificaciones son: el Palacio de las Columnas, el Palacio de *Quetzalcóatl*, El Vestíbulo, el Montículo C, el Juego de Pelota II, el *Tzompantli* o "lugar de las calaveras", El Adoratorio y El Coral. En Tula de Allende hay hoteles y restaurantes.

Cholula, Puebla: "La de la Gran Pirámide" recibe su nombre del vocablo prehispánico *Chollollan*, que significa "Lugar de huida". Sus primeros habitantes fueron del grupo olmeca xicalanca. Del conjunto de estructuras destaca la Gran Pirámide, que en realidad no es una sino tres, una sobre la otra, construidas en diferentes épocas. Otros vestigios importantes son el Patio de los Altares, el Edificio de Piedra; Los Altares, la Estructura 4 y el Mural de los Bebederos, que mide 56 metros. Los días de visita son de martes a domingo. En Cholula y Puebla se pueden encontrar todo tipo de servicios.

Comalcalco, Tabasco: Del náhuatl "La casa de comales", este centro maya se compone de tres grupos de edificios: la Zona Ceremonial, que consta de varios centros construidos con ladrillos y altorrelieves policromados, la Zona Residencial, donde habitaban los grandes señores, y la Zona Habitacional,

en la cual vivía el pueblo que dependía de la actividad agrícola. En la Zona de Templos se ubican las tumbas de los Nueve Señores de la Noche, y a 2 km se encuentra un museo con todos los objetos ahí descubiertos. Existen todos los servicios turísticos en la ciudad de Villahermosa.

Cacaxtla, Tlaxcala: Con una gran influencia maya, fue fundada por los grupos olmecas xicalancas (compuestos por nahuas, mixtecas y chochopopolocas); lo más destacado del lugar son las pinturas murales que adornan varios de sus edificios, especialmente el Gran Basamento, el Mural de la Batalla, la Jamba Norte, la Jamba Sur y el Mural Sur, entre otros. Se ofrecen todos los servicios al visitante en la ciudad de Tlaxcala.

Monte Albán, Oaxaca: Zona declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1987 por la UNESCO. Antigua capital de los zapotecas, fue una de las ciudades más importantes en la época prehispánica. Monte Albán es famosa internacionalmente por su arquitectura y sus urnas de cerámica gris que representan a sacerdotes ricamente ataviados; hasta el momento se han descubierto 190 de esas tumbas. El recorrido del centro puede comenzar en la Plataforma Norte, la estructura más grande y alta del conjunto. Después se pueden visitar el Juego de Pelota, El Palacio, el Edificio J, la Plaza Principal, los Edificios Centrales G, H e I, El Adoratorio, los Sistemas IV y M, la Plataforma Sur, así como la Casa de la Tumba 7 y 104, destinadas a los sacerdotes o a las personas de las clases altas.

Teotihuacán, México: Fue el centro ceremonial y urbano más notable y majestuoso del Altiplano Central. En su época de esplendor existieron más de 200 edificios habitacionales y se dio un gran desarrollo en la arquitectura, la escultura monumental, la pintura mural, el calendario, la religión y las artesanías.

Fue una ciudad perfectamente planeada sobre cuatro cuadrantes. Destacan la Pirámide del Sol, construida con piedra y lodo; la Pirámide de la Luna, el Palacio de *Quetzalpapálotl*, cuatro templitos, el Grupo Vikingos, la Pirámide de *Quetzalcóatl*, La Ciudadela, el Palacio de los Jaguares, el Templo de los Caracoles Emplumados y los Conjuntos de Tapantitla, Zacuala, Yayalagua, Tetitla y Atetelco. En San Juan Teotihuacán, Pachuca y la ciudad de México existen todos los servicios turísticos.

Templo Mayor, D.F.: Recinto ceremonial de Tenochtitlán, hoy en día es un museo que contiene piezas de metal, cerámica y otros objetos que datan de la época colonial. El recorrido se divide en siete etapas: la primera se encuentra en la esquina sureste del templo y permite apreciar las diversas fases de construcción; la segunda consta de una gran plataforma con cabezas de serpiente y una copia de la escultura de la diosa *Coyolxauqui*; los *centzohuiznahua* -esculturas reclinadas-, enemigos de *Huitzilopochtli*, forman la tercera etapa; en el cuarto punto están los adoratorios a *Huitzilopochtli* y *Tláloc*, y al frente hay un *Chac Mool*; a continuación se encuentra un patio formado por grandes lozas donde se erigen varios edificios; el Recinto de los Guerreros Águila y el *Tzompantli* o "muro de cráneos" constituyen las dos últimas fases.

Además, en el museo existen ocho salas dedicadas a las deidades *Huitzilopochtli* y *Tláloc*, es decir, a la guerra y el

agua, a la muerte y la vida. La ciudad de México ofrece todos los servicios al visitante.

Otras zonas arqueológicas en el país son:

Campeche. *Becan*: con servicios turísticos en Chetumal; *X'pujil*: cuyos servicios al turista se encuentran en la ciudad de Campeche.

Chihuahua. *Casas Grandes*: ubicada en la parte noroccidental del estado, con servicios en Nuevo Casas Grandes y en la ciudad de Chihuahua. *Las Cuarenta Casas*: son cuevas situadas en los acantilados. Los servicios al turista se encuentran en la ciudad de Chihuahua.

D.F. *Cuicuilco*: localizada en la Delegación Tlalpan. Se ofrecen todos los servicios.

Estado de México. *Malinalco*: con servicios en Malinalco, Ixtapan de la Sal y Toluca. *Teotenango*: con todos los servicios en la ciudad de Toluca.

Michoacán. *Tzintzuntzan*: reino tarasco ubicado en la ribera norte del Lago de Pátzcuaro; se ofrecen servicios al turista en la ciudad de Morelia.

Nayarit. *Ixtlán del Río*: conocido también como "Los Toriles", brinda todos los servicios en Tepic.

Oaxaca. *Mitla*: centro zapoteca que ofrece servicios turísticos en la ciudad de Oaxaca. *Zaachila*: última capital del reino zapoteca, ofrece servicios al turista en la ciudad de Oaxaca.

Puebla. *Tepeji El Viejo y El Aljibe*: situados a 150 kilómetros de la capital, Puebla, en donde se encuentran todos los servicios.

Querétaro. *Ranas y Toluquilla*: en la población llamada "La Esperanza" se encuentra esta zona que ofrece todos los servicios en las ciudades de Querétaro y Tequisquiapan.

Quintana Roo. *El Rey*: ofrece servicios turísticos en Cancún.

San Luis Potosí. *El Tamuín*: ubicada en la huasteca potosina. Ciudad Valles es el sitio más cercano para encontrar todos los servicios.

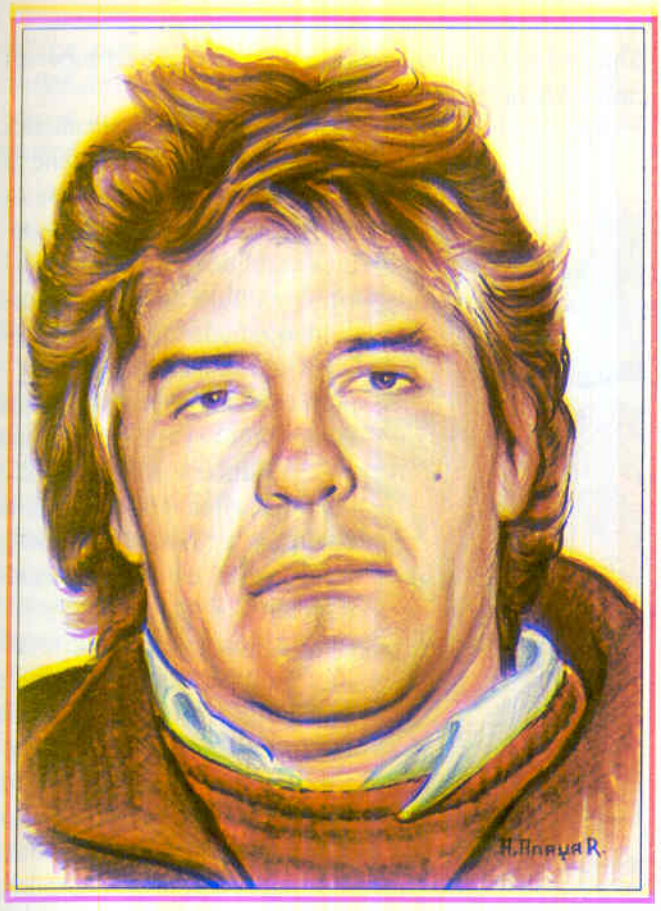
Tabasco. *Cempoala*: a 80 km al suroeste de Xalapa, ofrece todos los servicios al visitante en la ciudad de Cempoala y el Puerto de Veracruz.

Yucatán. *Dzibilchaltun*: el cenote *Xlacán* y *Xlapac* son dos asentamientos mayas cercanos a la ciudad de Mérida, en la cual el visitante encontrará todos los servicios.

Zacatecas. *La Quemada* o *Chicomostoc*: es la ciudad fortificada más importante de la región norteña y se vincula a la red de comercio de Teotihuacán. Otra zona arqueológica es la de *Chalchihuites*. En la ciudad de Zacatecas se encuentran todos los servicios.

Marta S. García

Fuente: Secretaría de Turismo.



Entrevista al escultor Sebastián Pintor

El consumo de imágenes

Consumidores cotidianos de imágenes, siempre quedamos en deuda con aquellos artistas que nos permiten hacer más "respirable" el paisaje urbano. En esta ocasión, Sebastián Pintor, uno de los más prolíficos escultores urbanos, destacado artista plástico mexicano de fama internacional y uno de los máximos creadores de nuestros tiempos, nos acompaña en estas páginas junto con otras voces que avalan la calidad de sus obras y su talento innovador.

"Consumidores somos y en el asfalto andamos", parece ser la sentencia que ha marcado el desarrollo industrial de los últimos años. Volver más habitables los espacios urbanos es uno de los desafíos que con fortuna ha afrontado Sebastián Pintor, cuyas obras nos salen al encuentro no sólo en la ciudad de México (como el Espacio Escultórico de la UNAM y la Glorieta de "El Caballito", por sólo mencionar algunas), sino en ciudades como Monterrey, Campeche, Cancún; y en países como Estados Unidos, Canadá, Japón, Venezuela y Brasil, entre otros.

Comenzamos la conversación con la pregunta básica:

¿Por qué acercarse a la escultura?

S. P.: A través de la historia, los seres humanos hemos tenido la necesidad espiritual de expresarnos desde el punto de vista estético, de crear objetos que sean para la contemplación, el goce y la recreación del hombre.

Desde la época de las cavernas existe esa necesidad de expresarse, de comunicarse con los demás por medio de lo plástico visual y de lo artístico en general: música, danza, escultura, pintura.

En mi caso como artista plástico y fundamentalmente escultor urbano, me ha tocado diseñar en esta época esculturas monumentales como antaño eran los hitos, señalamientos religiosos, políticos o para alabar a algún héroe, o simplemente para marcar un espacio o un entorno a fin de no perderse. Desde las cavernas hasta nuestros días: pienso en los dólmenes, en los menhires, en las grandes rocas que se colocaban en un lugar para saber que en ese espacio se llevaban a cabo rituales.

Esta necesidad espiritual se torna luego en hitos, como los Arcos del Triunfo, los obeliscos, las Puertas de Jerusalem, porque son tres elementos fundamentales (de hitos, que se toman de lo arquitectónico para entrar a lo escultórico-urbano): los arcos, las puertas y las columnas. De la época prehispánica tenemos el Arco de Kabah, las Pirámides, las estelas diseñadas por los aztecas, las cabezas olmecas. Todo esto responde a una necesidad del espíritu por expresarse estéticamente, pero también para comunicarse con los semejantes.

Mi propia imaginación de la escultura de Sebastián ocurre en una frontera: entre el desierto y la ciudad.

Es fácil imaginar estos signos, como dólmenes, en una extensión vacía, dándole signo. Pero también, dándole orden y belleza al caos y la fealdad urbanos. Hito de fusión de la desolación natural y de la civilización desolada, éstas son esculturas fronterizas y bajo sus arcos podemos pasar de una realidad a otra.

Carlos Fuentes

¿Cómo acercarse a la escultura?

S. P.: Cuando es urbana es muy sencillo, no puede pasar desapercibida; la observamos, y como es una expresión humana cotidiana, el espectador, así sea el más ignorante, tiene ojos, corazón e inteligencia para sentir lo que ve. De esa manera va puliendo su sensibilidad para captarla, entenderla, amarla o rechazarla.

Para acercarse a la escultura yo estoy en contra de la visión culterana; no es tan complejo como muchos han tratado de hacerlo creer: que es una obra profunda de la cultura, que es muy difícil el acceso intelectual para poder comprenderla; no, yo creo que es un hecho estético que entra por la vista y que sólo apela a la inteligencia y a la sensibilidad del consumidor: quien mezcle estas dos virtudes del ser humano puede tener un goce estético maravilloso, con una sencillez tremenda; sin una gran cultura, puede tratarse del hombre más inculto o el más culto y tener el mismo goce estético.

Somos consumidores de imágenes cotidianamente...

S. P.: ¡Exactamente! Pero cabe aclarar que en el sentido del consumo en esta sociedad, la escultura como producto, especialmente la de pequeño formato, adquiere un valor, un precio, que implica que esa obra, inicialmente de expresión espiritual, se puede vender y decorar una casa con ella, por lo que se convierte en un valor, en una inversión.

En este sentido de inversión, el arte tiene una característica muy especial: una vez que un artista logra imponer su "producto" como calidad estética y alcanza una imagen nacional o internacional con la capacidad de su lenguaje, de su visión plástica, entonces se convierte en una "firma"; en ese preciso momento ya no baja su producto como inversión, como valor, siempre estará a la alza; puede, en el peor de los casos, detenerse, pero jamás bajar.

Desde el punto de vista del consumo, la obra escultórica y artística en general tiene la peculiaridad de convertirse en uno de los productos más estables y sólidos como inversión. Una escultura de Henry Moore evidentemente que tiene un valor muy alto en el mercado y jamás se va a depreciar porque Henry Moore ya no existe, ya no va a producir más; es un valor sólido que tiene toda la carga de cualquier producto de Moore, por su vida, su historia y su producción plástica.

De igual manera, una escultura o pintura, por ejemplo de José Luis Cuevas, se cotiza cada vez más conforme él vaya avanzando y continúe produciendo, pero ya no va a bajar de precio. Y a diferencia de otros productos, en la esfera del consumo ocurre un hecho curioso: a nivel internacional se congregan "cadenas comerciales" de miniaccionistas de las obras de cada artista, miniaccionistas que compran la obra del autor en una suma pequeña inicialmente y se van convirtiendo poco a poco en "accionistas" del artista y lo mantienen en una cotización.

Y el artista, por esta influencia comercial, se siente comprometido con esos miniaccionistas y no desea defraudarlos porque son su plataforma, son los que lo mantienen como cotización. Esta comercialización implica además que el artista esté doblemente obligado a dar la mejor calidad en el producto plástico (esto inicialmente lo da el artista por ética profesional y por amor a su producto) en cuanto a la técnica: los materiales, la no maleabilidad, lograr una buena fundición, usar buen papel, en fin, a garantizar excelente calidad en la materia prima de una obra. El artista enfrenta aquí el reto de aspirar a la excelencia de su obra que deriva estrictamente en todo un objeto de consumo.

La materia-material de Sebastián es el fierro, el aluminio, el cartón, el producto industrial bañado en colores más cercanos a Benetton que a Huejotzingo... Un cubo axial, un octahedrón, de Sebastián, no admite, a primera vista, sino la perfección del acaba-

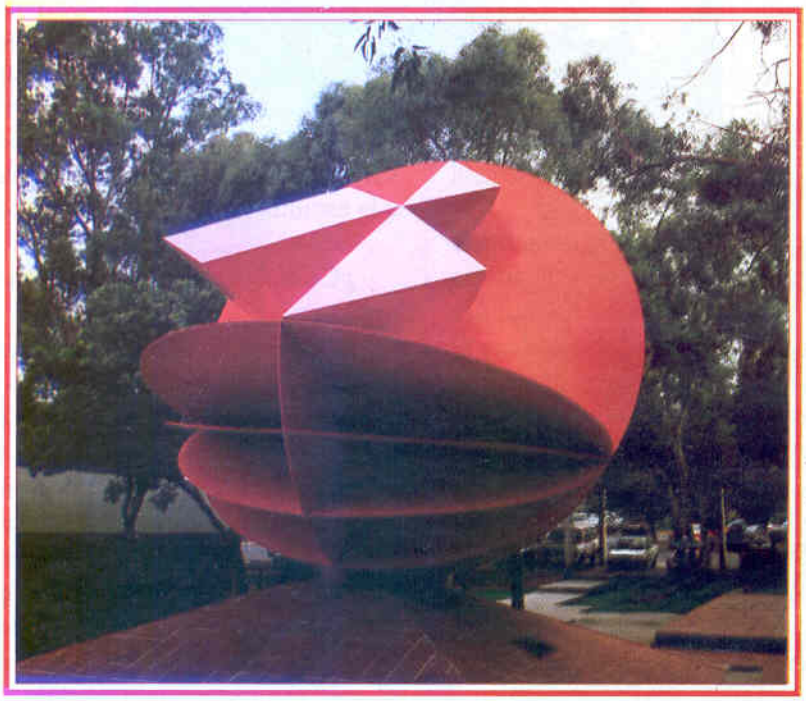
do. La pintura no puede opacarse, el objeto debe brillar siempre con una novedad y limpieza comparables a las de una computadora Sony, un reloj de cuarzo o un transporte supersónico.

Carlos Fuentes

¿Esta comercialización puede pervertir el carácter original de la obra artística?

S. P.: Ése es precisamente el peligro, es el riesgo que permite escindir en dos clases a los artistas: aquellos que carecen de ética, formación, de amor a la profesión y caen en lo mercantilista; y los que siguen fieles a sus valores éticos y artísticos. En este oficio, quien no tiene ética se concentra en observar el producto que más le ha gustado al común de la gente y se va por allí, por lo fácil y en la búsqueda exclusiva de dinero. A ellos no se les puede llamar artistas, son personas con sentido de mercantilismo.

En mi caso, por ejemplo, yo tengo gran aceptación entre los clientes que compran mi producto, y eso se puede ver como "mercantil": yo siempre estoy inventando, innovando cuestiones y jamás hago una obra porque le gustó a tal o cual; siempre empiezo una obra para satisfacer mi ego: por ejemplo, quiero ver una obra de 10 metros para mi satisfacción personal y me arriesgo a la inversión, la realizo y la veo con un tamaño de 10 metros y la gozo; no tengo cliente, ni comprador, a veces ni siquiera tengo espacio donde colocarla, me estorba para seguir produciendo, pero eso no me importa por el placer personal que me provoca su proceso de creación. Pero además, en este caso la sentencia popular es cierta: "Quien no enseña, no vende". Así es que cuando viene la gente y la ve de 10 metros y se emociona, al igual que yo, me pregunta "¿cuánto cuesta?", y entonces ya viene la negociación, y va a parar a algún jardín, o algún lugar público o a integrarse con algún edificio.



Esta forma de trabajar es una posibilidad de no pervertir el arte por la comercialización y de no condenarse a las exigencias comerciales del mercado del arte.

Otra excelente opción son aquellos encargos de trabajo artístico para, por ejemplo, edificios públicos en los que el artista tiene la posibilidad de dialogar con otros profesionistas como arquitectos, con los diseñadores urbanos, los decoradores del edificio, para tratar de hacer un producto que juegue armónicamente con el todo. Es una excelente forma de trabajar, en la cual no es sólo lo que guste a una persona, sino todo un estudio para ver qué le va a gustar a la comunidad. En ese sentido no se defrauda al consumidor.

Hay otra posibilidad: abundan los consumidores de arte que compran una obra sin entenderla, sin estimarla y nadamás piensan en adquirirla por la fama del artista o por la firma (como inversión), e incluso por el color, para decorar el interior de sus casas. Allí también la ética del artista es importante para asumir una posición: bueno, ellos están pidiendo un producto en ese sentido, pero yo, para no bajar en mi calidad plástica, les voy a dar un buen producto, que cumpla con sus aspiraciones y que no demerite mi trabajo.

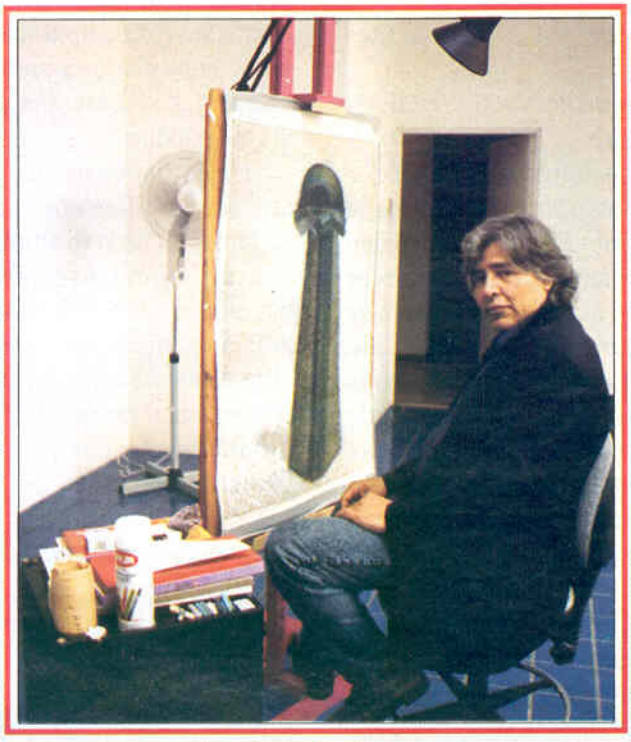
Quien se presenta delante de un Sebastián como delante de una escultura del Renacimiento, no sabe ver la una ni la otra. La gran escultura contemporánea es la que nos fulmina, la que nos propina un puñetazo en la boca del estómago cuando pasamos frente a ella a 150 kilómetros por hora a lo largo de una moderna autopista. O sea, que no es nunca introspectiva, para ser paladeada en la calma y el silencio de un gabinete; sino, por el contrario, diríamos intensidad cuando ella -por sí misma- constituye un desafío de volumen, de color, de "gesto". El vino alegre y fuerte de Sebastián hay que beberlo de un solo trago para que nos exalte y transfigure.

Damián Bayón

Al respecto, nosotros insistimos en la Profeco en especificar las características que distinguen a un bien o servicio de buena calidad de otro que es "chatarra". ¿En el caso de la escultura existe esta

posibilidad de distinción?, ¿cuáles serían los criterios?

S. P.: En el arte se da el mismo caso. En la escultura hay quienes tienen una buena calidad en su lenguaje, en su expresión y en su formación plástica; pero también existe, por falta de capacidad, de talento, inteligencia, sensibilidad, lo que yo llamaría "artesanos", que no artistas (y no por hablar mal de los artesanos), quienes no llegan a cumplir con la calidad de una aportación escultórica o artística plástica excelsa, y se quedan en un patrón de artesanía repetitivo. La artesanía responde a ese modelo que se repite en patrones que pueden respetar otras manos tratando de imitar el mismo patrón. Sin embargo, en la escultura hay otra visión, es un lenguaje establecido por un solo artista que en cada obra va dejando algo original, algo único y excelso en sus valores plásticos y en su ética plástica que se traduzca en una obra de arte. Ése es el artista creador.



Al respecto quiero subrayar una cosa en cuanto a la relación del artista con el consumidor en la apreciación de una obra: se puede tratar de un consumidor sin cultura plástica general profunda y sin embargo puede tener el goce estético. Pongamos por caso a un campesino: como esto entra por los ojos y se razona y se siente, la obra puede incitar al campesino a transmitir toda la fantasía estética que le permita tener el gozo de apreciarla y entender cosas que tú quisiste decirle directamente; y luego puede venir un hombre muy culto, un doctor en filosofía o el más grande poeta, y empieza a ver la obra y a tener el gozo estético y sublimarla con todo su bagaje cultural, adornar su apreciación estética; quizá ésa sea la única diferencia, sin embargo, el campesino y el intelectual tienen el mismo goce estético. La sensibilidad e inteligencia no necesariamente tienen qué ver con los conocimientos académicos. Si un consumidor de una obra tiene sólo sensibilidad, lo único que logra es emocionarse con la obra artística, pero sin razonar todo lo que dicha obra está comunicando.

En la experiencia que tengo como artista puedo, sin demagogia, honestamente, dar fiel testimonio de ello con mis estructuras que se mueven, los "transformables": los he presentado con campesinos y he escuchado de ellos cosas maravillosas, poéticas, de lo que vieron y sonreírse y emocionarse. Digamos, sacarles un suspiro al verlos y emocionarse; y lo he visto con gente muy culta, pero entonces ellos empiezan a citar a los griegos, a hablar de la geometría y de Euclides, de los fractales y todo un "rollo" intelectualizado.

Y también he tenido otra experiencia, la de un sector de la clase media, que no es ni culta, ni ignorante, que tiene el prejuicio ante la obra plástica pese a que sea la más realista o la más abstracta; la ve y dice: "no, esto yo no lo comprendo, es que no estudié, es que no tengo la cultura suficiente para comprenderla". Ése es un gran error, un tremendo prejuicio cultural.

Yo abogo por el consumidor o espectador limpio de todos los prejuicios culturales, independientemente de su nivel económico o académico, aquel que ante una escultura o una obra artística no cierra los ojos, ni los sentidos, y que busca abrirse a la comunicación con la obra y abrirse a las emociones que esa obra puede incitar en él. Ésta, sinceramente, es la forma más placentera para acercarse a la escultura y a las obras artísticas en general.

¿Cómo distinguir una obra "chatarra", de una artística?

S. P.: Efectivamente, en el mercado artístico abunda la seudoescultura, seudopintura, en la que se pretende "dar gato por liebre", que quiere beber de los creadores, e incluso de los recreadores, el estilo, pero el mensaje de lo que están haciendo "parece ser de" o "a la manera de", y con pretensiones artísticas, pero superficiales en técnica, composición, en mensaje: eso sí, engaña porque tal vez se trata de una pieza "bonita" para decorar. Entonces muchísimos consumidores que no tienen una formación plástica, comprarán a precios altísimos esas obras "chatarra", fraudulentas.

Éste es un fenómeno que prolifera en este medio y que ha perdurado en distintas épocas. Es muy difícil, al iniciarse una gran tendencia, detectar cuál obra es excelsa y cuál es "chatarra", porque en aras de, por ejemplo, la pintura abstracta, de repente se vieron crecer al lado a los seguidores y a los seudoabstractos que empezaron a producir una gran cantidad de obras "chatarra", que ahora vemos que no valen nada, y sólo unos cuantos sabemos apreciar esta distinción. Esto sucede en la escultura, en la música y en cualquier disciplina artística, sobre todo cuando empieza una tendencia.

Ahora, por ejemplo, después de varios años, ya no se nos puede "tomar el pelo" con una obra de la Escuela Mexicana de Pintura, porque ya está perfectamente digerido en qué consiste la calidad de la Escuela Mexicana de Pintura, qué es Diego, qué Siqueiros y qué Orozco. Y entre ellos cuáles son sus mejores obras. Ya es muy sencillo detectar cuáles son los buenos pintores de la segunda etapa o los seguidores, y absolutamente toda la basura intermedia es posible hacerla a un lado, pero en el momento en que se está dando la tendencia es muy difícil. Hoy, por ejemplo, yo tengo auge como escultor geométrico, monumental, abstracto. Ya han surgido más que siguen mi lenguaje; eso es válido y es sano, porque no existe hijo sin padre; se necesita partir de algo para formarse y encontrar una postura, posición y lenguaje maduros. Yo no puedo empezar a atacar a mis seguidores o a los que van partiendo de mi lenguaje. Yo lo entiendo; en el caso de Tamayo, abundan sus seguidores, unos lo superan y otros producen basura porque ni siquiera entendieron lo profundo de Tamayo.

Esto es cuestión de tiempo y de buen olfato del consumidor, no hay una fórmula clarísima para advertir que una obra no vale; primero, yo por ética no puedo decir que no compren a quienes me están copiando, jamás lo haría. Pero yo creo que después de tanto tiempo de haber establecido mi lenguaje, mis miniaccionistas ya saben detectar qué es lo que vale la pena y lo que no vale la pena de los que han seguido mi camino.

En muchas ocasiones me he perdido viendo obras de arte; en muy pocas, como ante Sebastián manejando sus obras, he tenido ocasión de comprobar tan directamente que para el artista la COSA MENTALE es un juego de manos.

Juan García Ponce

Como consumidores cotidianos de imágenes que nos acosan en las calles, en los anuncios, ¿cómo influye esto en nuestra percepción del arte?

S. P.: Yo creo que este consumo visual urbano de imágenes da más elementos para percibir las obras; es una especie de educación cotidiana, como cuando uno no sabe nada de música y se inicia y se aficiona a escuchar, y lentamente va entendiendo y aprendiendo a escuchar las sutilezas entre un autor y los estilos de los músicos; puede ser que de pronto un espectador confunda, por ejemplo, el cubismo de Diego con el cubismo de Picasso, o a Mozart y a Haydn, porque no tiene educación visual o auditiva; pero poco a poco, con el proceso de oír y observar, investigar y entender en qué momento se dio uno y en qué momento se dio otro, en qué medios, en qué atmósferas, el consumidor o espectador va enriqueciendo su cultura general y se va educando, y purificando su sensibilidad e inteligencia para apreciar con mayor emoción una obra.

Allí cabe todo, se plantean virtudes determinadas, vicios, sentimientos, ya sean los más sublimes o los más dramáticos o los más agresivos. Ése es el arte, no sólo una representación de lo "bonito", sino de lo profundo del pensamiento, de la contemplación del ser humano. Y es necesario hacerle notar al consumidor que los casos sublimes o profundos a veces tienden a ser horriblemente feos.

Sobre el oficio del escultor, ¿cómo encuentra el maestro Sebastián en la frialdad del material, el movimiento; cómo engendran sus manos las obras escultóricas?

S. P.: Lo importante para un artista es tener la madurez en su lenguaje, en su código, en saber qué va a decir y cómo decirlo. Esa madurez sólo se obtiene con muchos años de práctica y de investigación para establecer reglas de lenguaje. Como yo decido ser un artista con vocación constructiva, lo fundamental para mí es la geometría, la analizo y profundizo en ella y entiendo lo que hay dentro como lenguaje y parto de ello para inventar mi propio lenguaje. Como un poeta, cuando tiene ya muy claro su lenguaje y su código, cualquier sentimiento del universo se puede transmitir. Si pienso

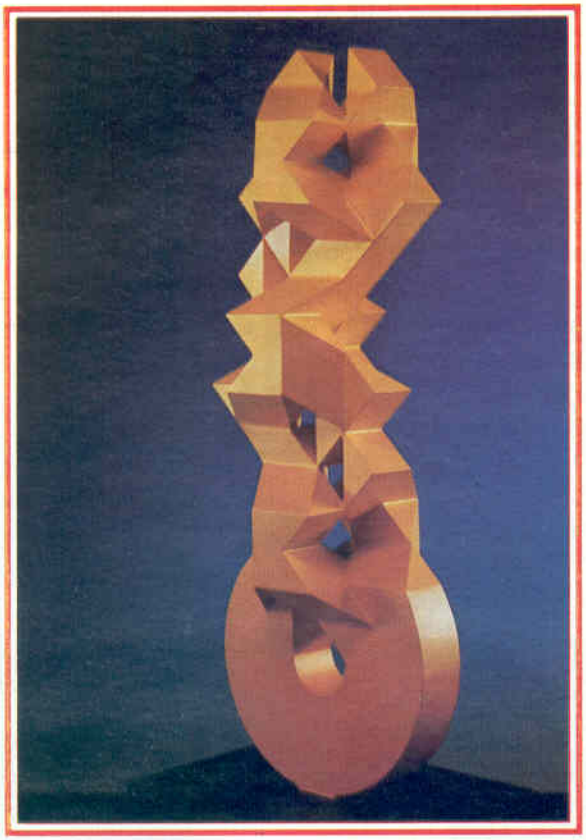
evocar una cuestión figurativa, un caballo, una paloma, o si quiero transmitir una sensación de tipo erótico o sensual, o si quiero ser el abstracto más sublime en donde nadamás se vea que las curvas y las rectas se lleven de tal manera que no se vean frías, lo hago con mis formas y mi lenguaje.

No es casual que en nuestro siglo, compuesto de vacilantes soledades individuales, el orden del universo que originó el misticismo y el simbolismo de los números, las proporciones y las medidas que desarrolló la ciencia y la técnica, la geometría sea uno de los soportes más ampliamente cargado de búsquedas creadoras.

Ida Rodríguez Prampolini

¿Por qué la geometría?

S. P.: Me es vital, yo descubrí mi vocación constructiva por mis raíces, por mi mundo prehispánico, advierto que para todas las disciplinas constructivas me es indispensable la geometría, ya sea para el diseño industrial, para diseño meramente formal, para la pintura, la escultura, la joyería, es fundamental conocer la geometría. Por eso uso la geometría como modo profundo de mi lenguaje, como primer medio para mi fin plástico.



Las estructuras geométricas fundan todo lo existente y todo lo vivo. Al asumirlo así, Sebastián hace humo la vieja oposición romántica entre arte y matemáticas, arte y razón, arte y ciencia. Y sin embargo su temperamento es en algún sentido más el de un romántico (según una acepción consabida) que el de un clásico. Su pasión por la matemática y la ciencia es parte constitutiva de su pasión por la forma. Como en aquellos muy viejos tiempos en que todo artista que se respetara era a la vez un hombre de ciencia.

Jorge Alberto Manrique

¿Por ello evocar a Arquímedes?

S. P.: Sí, porque bebo mucho de lo científico, tomo la ciencia como medio para llegar a mi fin plástico. No soy científico, pero me fascina cómo los científicos descubren cosas, yo creo que ellos son artistas que van descubriendo el comportamiento de la naturaleza que es maravilloso. Por ende, tengo una gran admiración por todos aquellos hombres de ciencia que han analizado la geometría y aportado a esta materia. Por eso Arquímedes, Alberto Durero, Leonardo da Vinci; por eso en una época usé los cinco cuerpos regulares evocando desde Platón hasta Fuller, desde lo más primitivo hasta lo más moderno. Entré como artista en la geometría para que mi lenguaje aflorara por allí.

Mirando las obras de Sebastián con los ojos del movimiento nos damos cuenta de que en este artista, todo lo que nos separa se está reuniendo, y todo lo que se une, termina por separarse. La exigencia, romántica primero, totalitaria al cabo, de la reunión de todas las cosas, es sometida por Sebastián a la exigencia presente de que todas las cosas son otras y alterables.

Carlos Fuentes

¿Cómo se inició?

S. P.: Desde que tengo uso de razón ando en este cantar, por emoción, por gusto y sensibilidad, por gusto de la materia y los colores. Desde niño dibujo y pinto. Llegué a la escuela de San Carlos a los 16 años y empecé a estudiar la carrera de pintor, luego la de escultor. De allí, como y vivo de esto.

Recuerdo el día en que me "cayó el veinte" para comprender lo que era la representación abstracta y el día que descubrí cómo ver de lo plano en las dos dimensiones del dibujo, cómo transformarlo en volumen; eso fue muy bonito porque yo estaba caminando en la calle y de repente veo un "avión" pintado en el piso, donde juegan los niños brincando. Era maravilloso porque era muy fresco, con muchas líneas, y yo podía ver allí una escultura abstracta. Entonces la vi, y me emocioné y tomé un lápiz y empecé a repetirlo como ejercicio y lo pude ver en tercera dimensión. Me fui a la Academia de San Carlos, puse mi armazón y empecé a golpearla con una tabla y entonces se generó mi primer escultura abstracta, ya como concepción de lo abstracto. Esto fue en 1966.

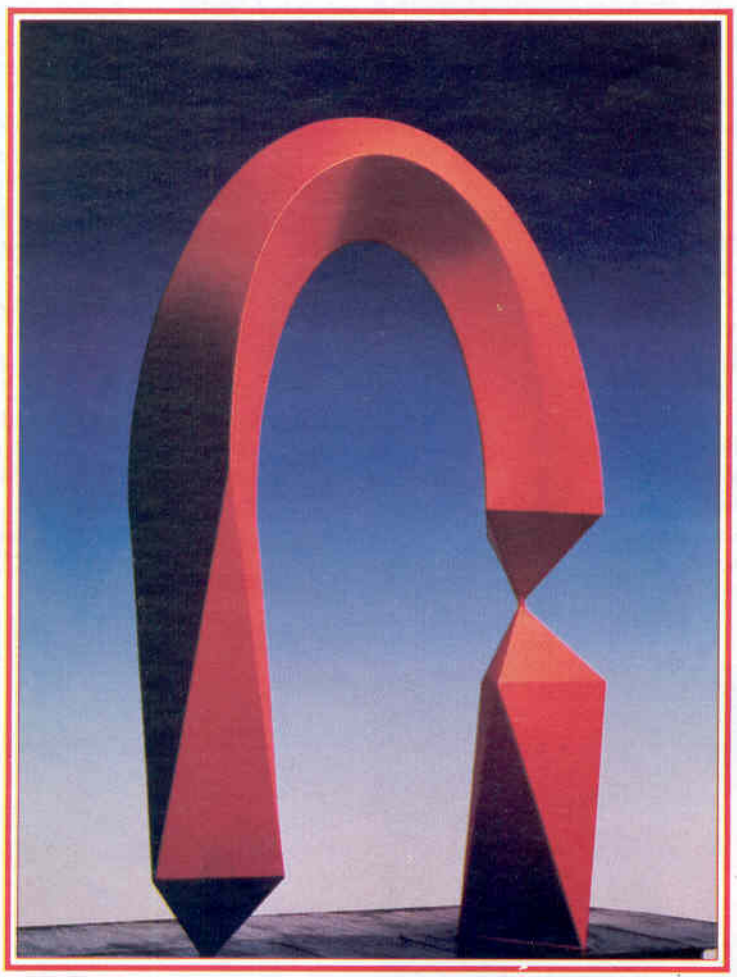
¿Quiénes fueron sus principales maestros?

S. P.: En la escuela tuve un gran maestro que se portó conmigo excelentemente, hasta en el sentido humano, que

fue Alberto de la Vega, quien desgraciadamente murió muy joven y no desarrolló toda su calidad plástica, pero es un poco contemporáneo y de la estatura de Zúñiga, aunque Alberto no pudo concluir toda su obra escultórica que es de gran calidad. Él me inició en el gusto por Henry Moore quien, puedo decir, fue mi primer maestro, porque tuve una gran influencia de él sin conocerlo personalmente, sino sólo por su obra.

Celia Calderón también fue mi maestra, Antonio Trejo, Antonio Ramírez. Luego tuve un gran encuentro en mi vida con Mathias Goeritz, con quien colaboré muchos años y al lado de quien me formé.

Yo creo que más en el sentido humano, en conocer y conquistar el mundo a nivel plástico, mi mayor influencia fue Mathias Goeritz.



A usted se le reconoce internacionalmente por su obra escultórica, aunque también se ha desenvuelto en la pintura.

S. P.: En México casi no se ha difundido mi obra pictórica porque no tengo una gran producción, sino hasta los últimos años en que se me metió en la cabeza que tenía que producir pinturas; empecé a trabajar en Japón como pintor y en los dos últimos años he obtenido dos premios importantes en ese país.

Yo tenía un gran complejo: me consideraba un gran escultor, pero no un buen pintor, tenía el prejuicio de no poder ver el color. Pero ése era sólo un prejuicio, porque ya con un lenguaje establecido uno puede viajar de las dos dimensiones a tres, cuatro, etcétera. Se necesita madurez, yo creo que eso era lo que faltaba, y actualmente estoy produciendo pintura.

Mi pintura nace de todos mis razonamientos geométricos para producir mi escultura. O sea, todo lo que yo trazo en planos, en proporciones para producir escultura, se vuelve dos dimensiones, entonces trabajo con la materia prima, con lo que me queda de mis esculturas, por ejemplo, con el polvo de hierro, con la oxidación y con los trazos de un determinado módulo para una de mis esculturas. Entonces todo está ligado en el mismo concepto: la pintura y la escultura, pero esta última siempre es tercera dimensión y son volúmenes más racionales, por decirlo de alguna manera, y la pintura es más irracional, aunque no estrictamente, simplemente en la manera de la textura y de poner el color; porque la pintura es color que tiene que flotar como atmósfera y darme las dimensiones dentro del plano, pero la escultura es una realidad, es tangible, existe.

De la escultura urbana, a la escultura mínima, del volumen monumental al plano de la serigrafía o del proyecto conceptual, las formas geométricas de Sebastián se despliegan en un movimiento continuo, siempre igual y siempre diferente. Su discurso es paralelo al discurso de la vida.

Jorge Alberto Manrique

En la naturaleza se encuentra el orden y el caos...

S. P.: Exacto, en los descubrimientos de esta dimensión fractal puedes entender perfectamente que el caos del universo tiene también un orden; hay un proceso del devenir del orden al caos, que tiene una especie de cuantificación y de mesura, de cómo se desarrolla en orden el caos, y eso se puede medir.

Eso es fascinante. Entonces uno piensa que si uno tiene una textura aparentemente caótica, dentro de esa textura hay un orden y una regla; porque la materia se comporta así y cristaliza así. Ya sea en micro o macro, siempre hay una fracción que te lleva a la mesura de todo ese desarrollo, que es maravilloso porque se transforma; llega a ser de tal manera muy libre, en constante movimiento, y jamás te aburre. Yo creo que por eso estamos aquí en la vida, como consumidores o como artistas, el secreto es encontrar esa riqueza del movimiento vital, porque el que se aburre pierde.

Oscar Romero

¿Quién es Sebastián?

Sebastián Pintor nace en Ciudad Camargo, Chihuahua, el 16 de noviembre de 1947, y es en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM donde realiza sus estudios.

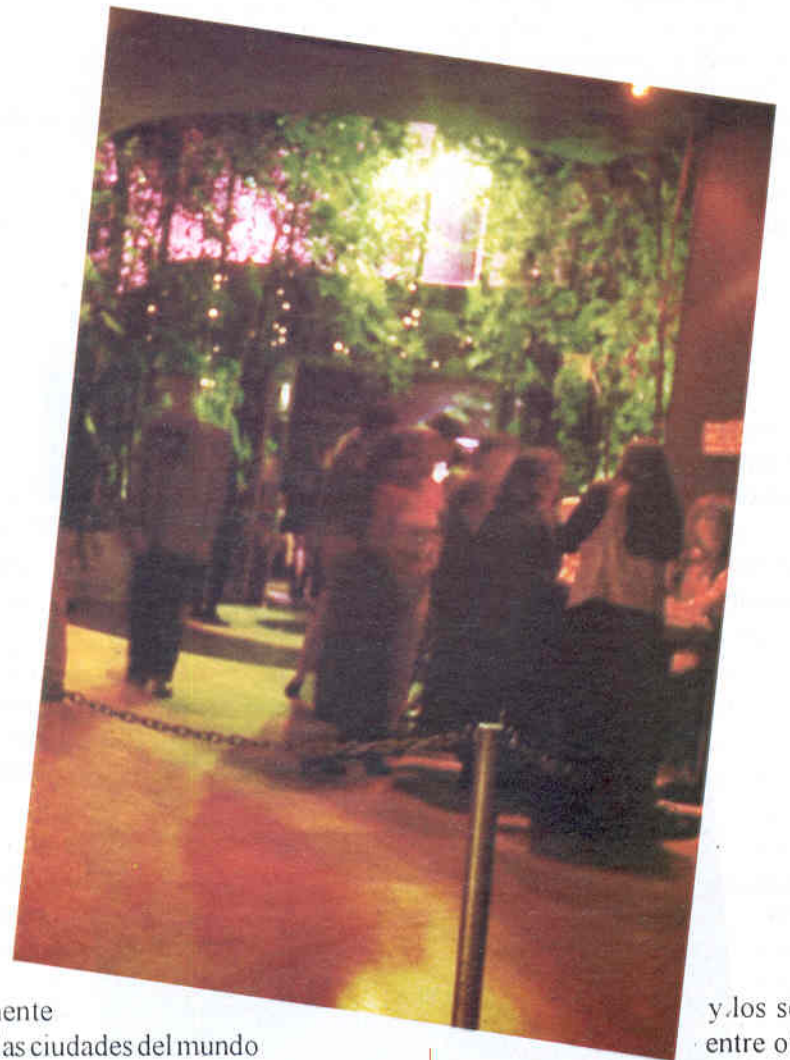
Numerosos son los premios que ha recibido por su trabajo, tanto en México como en el extranjero, y larguísima la lista de exposiciones individuales que ha presentado en países como Alemania, Argentina, Bélgica, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Japón, Suiza y Venezuela.

Entre los reconocimientos más importantes que se le han otorgado figuran: **Primer Premio** del Concurso Anual de la ENAP, UNAM, México (1965). **Primer Premio** de la Bienal de Arte, Morelia, Michoacán (1974). **Primer Premio** del Concurso Nacional de Escultura, Monumento a la Nacionalidad Mexicana, México (1981). **Superior Prize** del Concurso Homenaje a Henry Moore, Japón (1987). **Bronze Award** de la ABC Ashi Broadcasting Corporation, Osaka, Japón (1990). **Bronze Prize** de la Trienal de Pintura de Osaka, Japón. **Prize of the Jury** de la Trienal Internacional Gráfica de Noruega (1992). **Grand Prize** y **Gold Prize** del Concurso ORC-City, Osaka, Japón. **Silver Prize** de la Trienal '92 de Escultura, Osaka. En 1993 recibió el premio **Mainichi Broadcasting System** de la Trienal de Pintura de Osaka, así como el concurso para la escultura símbolo de la ciudad de Sakai en Japón.

Su obra escultórica, basada en los principios de la topología y la cristalografía, constituye un ejemplo notable del geometrismo latinoamericano, plasmado en materiales como acero esmaltado monocromo, bronce, concreto, piedra, plata y oro, entre otros.

Actualmente, Sebastián Pintor es miembro del World Arts Forum Council, con sede en Ginebra; investigador de tiempo completo de la UNAM; miembro del Consejo Consultivo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) y becario del Sistema Nacional de Creadores del CNCA (1994-1996).

Discotecas: ¿al *rock* que les toquen...?



Prácticamente en todas las ciudades del mundo existen centros de esparcimiento que generalmente son del gusto de los jóvenes, como las tan concurridas discotecas.

El sector juvenil, que representa el 29 por ciento del total de la población del país, es el principal cliente de las aproximadamente 400 discotecas que hay en la República Mexicana.

Estos establecimientos pueden ser independientes, o bien, parte de los hoteles, y se clasifican según el tipo de música, la ambientación, el espectáculo, la clase social de los asistentes, así como por el precio y los servicios que ofrecen, entre otras características.

Así, nos encontramos con instalaciones muy sencillas en las que se utilizan aparatos de sonido modestos, hasta las más extravagantes, ubicadas en edificios muy originales o sitios naturales, como es el caso de una discoteca que se encuentra dentro de una mina, a más de 200 metros bajo tierra, en la ciudad de Zacatecas.

En un sondeo realizado por la **Revista del Consumidor** entre varios jóvenes que frecuentan discotecas, se detectó que acuden a ellas con el fin de divertirse con sus amigos, "desestresarse" después de una semana

¿Cuánto cuesta una noche de discoteca?

El precio de estos lugares varia según el tipo de establecimiento, la zona donde se encuentra ubicado y los servicios que ofrece.

Para empezar, si lleva automóvil tendrá que pagar entre **N$15** y **N$25** por el servicio de *valet parking* (le reciben su auto y lo estacionan, entregándole un comprobante).

El costo de la entrada oscila entre **N$80** y **N$125**, en este último caso generalmente incluye el sistema de barra libre, que es un *cover* adelantado con el consumo incluido; por lo regular sólo pagan los hombres, las damas no (en las discotecas del D.F.)

En otros lugares cobran un *cover* de entre **N$30** y **N$50**; lo que se consume en el interior se paga aparte; cabe aclarar que una bebida cuesta entre **N$12** y **N$35** dependiendo de la calidad del licor.

Existen servicios opcionales como el guardarropa, donde por cada prenda se cobra de **N$5** a **N$10**.

En los sanitarios siempre hay una persona que vende desde dulces hasta maquillajes (en el caso de las damas), a quien se le suele dar algo de propina.

Los cigarros tienen un precio de entre **N$8** y **N$10**; además hay que dejar otra propina al mesero, dependiendo de la atención que recibió, así como a las personas que atienden las barras.

Haciendo cuentas, en una noche de consumo moderado, usted gastará aproximadamente **N$180**.

de trabajo o estudio, buscar un espacio donde se sientan libres, convivir con chicos de su edad, socializarse o "ligar", escuchar la música de su agrado y observar el estilo de vida de las personas que asisten.

El dedo divino

Las discotecas de moda, que se han ganado esa categoría por ser recientes, presentar algo innovador o ser muy originales, siempre están concurridas, y en ellas se sigue practicando el famoso NRDA (Nos Reservamos el Derecho de Admisión), especie de *apartheid* que legalmente no debe existir. Esta medida es adoptada por los dueños, administradores o empleados de las discotecas, dependiendo de la política interna de cada una.

El NRDA consiste en la selección de clientela tomando como criterio la forma de vestir, la nacionalidad, si uno es "gente bonita" o "niño bien", si se es amigo del gerente o del personal que custodia la entrada, o bien, si se trata de un cliente asiduo del lugar.

Es común ver caras de disgusto o suplicantes a la entrada de las discotecas, debido a que en ocasiones hay que esperar más de una hora para poder entrar, en el momento en que el "dedo divino" del señor que está en el umbral se digna a señalar a los "afortunados" que pueden pasar.

Esta práctica viola el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), el cual indica que los proveedores de bienes y prestadores de servicios no pueden establecer preferencias o discriminación respecto a los solicitantes, como selección de clientela o reservarse el derecho de admisión, salvo causas plenamente justificadas,

que afecten la seguridad y tranquilidad del establecimiento o se funden en disposiciones de orden legal.

Jorge González, gerente de la discoteca Medusas, comenta: ''En la mayoría de las discotecas se reserva el derecho de admisión, pero ello no quiere decir que se discrimine a la gente porque no es 'güera' o de ojos claros; nosotros, como prestadores de servicios, tenemos las puertas abiertas al público, sin embargo nuestra política no permite el acceso a personas vestidas con *shorts*, tenis o en estado de ebriedad''

Por su parte, Ismael Rivera, director corporativo de la cadena Baby Rock y secretario de la Asociación Nacional de Discotecas, agrega: ''No se trata de discriminación; no entran todos los asistentes simplemente porque en las discotecas hay un límite de cupo, el cual fluctúa entre 400 y 800 personas, y nosotros no nos podemos arriesgar a sobrepasar ese límite por la propia seguridad y comodidad de la gente''

Jóvenes entrevistados por la **Revista del Consumidor** coinciden en aclarar que sí hay discriminación, especialmente en los lugares más ''*chics*'' Araceli Escalante señala: ''Yo voy muy seguido a los establecimientos de moda, porque me gusta el ambiente, el tipo de personas que va y la música que se toca... a veces es posible pasar en 10 minutos, pero en otras ocasiones hay que esperar hasta una hora; la verdad son muy elitistas y se fijan mucho en el aspecto de la clientela''

Sergio Parra, también aficionado a las discotecas, explica que ''la gente soporta que la analicen de pies a cabeza para poder entrar, mucho más en una discoteca de renombre; claro que si al de la entrada le caíste bien o le estuviste insistiendo, seguro que entras. Pienso que deberían adoptar el sistema de algunos centros turísticos, donde conforme la gente llega, se va formando y entra en ese orden''

¿Por qué las de moda?

Existen muchos factores determinantes para que una discoteca goce de mayor preferencia, entre ellos podemos mencionar el diseño interior y exterior, el servicio que ofrece o su plan de mercadotecnia.

La Asociación Nacional de Discotecas define a estos establecimientos como lugares que por su estructura arquitectónica están diseñados exclusivamente para bailar, mismos que cuentan con una pista de baile, un foro para la presentación de espectáculos, mesas orientadas hacia la pista, área de circulación, barras en diferentes zonas y almacenes de vinos, entre otras características.

Varios jóvenes consideran que las discotecas de moda en la zona centro y sur del Distrito Federal son: **Lady O'**, **Medusas**, **La Diabla**, **News**, **Passage**, **Milenio**, **Calígula** y **College**; en la zona norte destacan **Magic Circus** y **Pashá**.

Otros sitios que difieren en algunos aspectos de la discoteca tradicional, pero que han tenido gran auge, son: **Bull Dog** y **La Casa de la Abuela**.

La **Revista del Consumidor** acudió a tres de ellas (**Medusas**, **Lady O'** y **La Casa de la Abuela**) para conocer el servicio y la razón de su atractivo entre la juventud.

Medusas tiene un estilo fuera de lo común, europeo o neoyorkino, que se caracteriza por un amplio espacio construido en desniveles; la pista de

baile está dividida en dos áreas que pueden elevarse un metro aproximadamente; hay cinco barras de servicio bien distribuidas, muy pocas mesas y un gran número de barras pequeñas, idóneas para dejar allí las bebidas y continuar bailando.

Un enorme atractivo del lugar es su decoración con espejos rotos, maniquíes, esculturas desnudas encima de las barras, un avión suspendido sobre la pista de baile y varias escaleras alrededor, donde se presenta un *performance* con "adornos vivos" o bailarines que "abren pista" en un peculiar espectáculo de luces y sonido, ataviados a la última moda.

Gabriel de Cervantes, conductor en el canal de videos Tele Hit, que se transmite en televisión por cable, indica: "Me gusta venir aquí porque la gente que acude busca algo nuevo... este lugar tiene de alguna manera un poco de arte en lo que se refiere a la ambientación, los bailarines y la moda que presentan.

"Quizá es ligeramente elitista, porque el arte también lo es, sólo llega a cierto tipo de gente, igual que este lugar. Además, aquí no estás apretado, creo que el espacio influye mucho porque eso te da la sensación de libertad, aunque sea por un par de horas.

"En cuanto al tipo de música que prevalece en esta discoteca, se trata de las novedades más recientes y te enteras qué está pasando al otro lado del 'charco'".

Jorge González, gerente de Medusas, y Ricardo Silva, *disc jockey* (tornamesista), opinan que "lo que atrae a la gente es la ambientación y el estilo de la clientela, pero principalmente la música, que no es tan comercial, sino original de Europa, en italiano, japonés o alemán; además el espacio se presta para que la gente pueda estar donde quiera".

La discoteca **Lady O'**, que pertenece a la empresa **Baby Rock**, posee el mismo estilo de todas las que forman su cadena, como el **Baby O'**. Su sello distintivo, además de los equipos de sonido y luces, es un ambiente natural decorado con rocas y plantas, colores nobles o naturales, y una pista de madera al centro.

Ismael Rivera, director corporativo de la cadena Baby Rock, indica: "En **Lady O'** la idea es que toda la gente venga a ver gente y que la ambientación no compita con las personas que asisten; aquí se viene a romper el límite: uno puede subirse a los sillones, bailar, brincar, o hacer lo que quiera; además existe un sistema de seguridad que opera en caso de siniestro, como temblor o incendio, para brindar toda la protección al cliente".

Ricardo García, *disc jockey*, comenta: "La discoteca cuenta con una innovación tecnológica en el manejo de luces robóticas; este sistema es de origen israelí y permite programar las luces, por medio de computadoras, a cierta velocidad, con los colores que se deseen y al ritmo de cualquier canción".

En este lugar se puede escuchar música en español y en inglés: *rock*, balada pop y *house*; comercial y variada.

Antonio Viña, cliente de **Lady O'**, opina: "Yo vengo aquí porque es un lugar seguro, el ambiente es muy agradable, la gente se conoce, no hay peleas, y saben escoger a las personas, es decir, si vienes a este tipo de discotecas sabes que debes llegar arre-

glado y bien vestido; además no es muy caro y el servicio es excelente''.

La Casa de la Abuela del Sur ofrece cuatro diferentes opciones para divertirse: salón de baile, canta bar, salón de juegos y jardín bar. Su estilo es el de una casa de madera muy campirana, pero en el interior las instalaciones y el mobiliario son modernos; el *cover* inicial da derecho a la barra libre y a cualquiera de los cuatro servicios mencionados.

Gabriela Alcántara, clienta del lugar, comenta: ''Me gusta venir porque hay posibilidad de entrar a todos los servicios, dependiendo de quién te acompaña o las ganas que tengas de divertirte; además tocan todo tipo de música: quebradita, *rock*, pop, tecno o lo que pida la gente''.

Actualmente, la Asociación Nacional de Discotecas clasifica a dichos establecimientos en tres niveles diferentes, tomando en cuenta la inversión realizada en el lugar, el sistema de operación, el género musical y el servicio, para que de esta manera se pueda establecer un precio oficial de acuerdo con el nivel al que pertenezcan.

Evitemos la discriminación

En el aire queda una pregunta: ¿por qué los jóvenes soportan pacientemente la selección para poder entrar y la inevitable espera?

Adrián Medina Liberty, profesor titular de la Facultad de Psicología de la UNAM, explica: ''Asistir a una discoteca de moda es un fenómeno social en el que se conjugan muchos elementos con los que la persona se identifica o que desea emular.

Con la ley en la mano

Las discotecas son establecimientos de prestación de servicios y por lo tanto deben apegarse a ciertas especificaciones para poder proporcionarlos adecuadamente.

De acuerdo con el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal de 1991, una discoteca es un centro de diversión en el cual se requiere cubrir un pago de entrada y que cuenta con pista para bailar, programa música viva o grabada, proyecta videograbaciones y posee servicio de restaurante.

En él se podrán vender bebidas alcohólicas siempre y cuando se cuente con la licencia correspondiente.

Entre las principales obligaciones que tienen los propietarios, dueños o administradores de una discoteca, destacan:

- Vigilar que no se altere el orden público, impedir el acceso a menores de 18 años y a personas en evidente estado de ebriedad, así como hacer del conocimiento de los clientes la lista de precios de las bebidas y alimentos.
- Poner en servicio la pista de baile a más tardar a las 22:00 horas.
- Se prohíbe condicionar la asignación de una mesa al consumo de bebidas alcohólicas.
- Tampoco se podrá exigir un consumo mínimo de bebidas alcohólicas a los clientes, adicional al monto de la entrada.
- Los propietarios, administradores o dependientes podrán impedir la entrada a personas armadas, exceptuando los casos de miembros de las corporaciones policiacas, exclusivamente cuando cumplan las disposiciones legales aplicables al art. 2° del Acuerdo del Departamento del Distrito Federal del 24 de junio de 1991.

"A veces acudir allí constituye un indicador de estatus y los asistentes se sienten recompensados socialmente; esto no descarta que también se vayan a divertir.

"Este fenómeno es más frecuente entre la juventud, pues a esa edad se aspira a vivir como lo hacen los miembros de la clase alta, por eso permanece el interés y la motivación sin importar la espera. En ese momento, entrar al lugar de moda es casi un premio", finaliza el catedrático de la UNAM.

Las quejas en discotecas

Los principales motivos de reclamación que recibe la Procuraduría Federal del Consumidor en lo que se refiere a discotecas, son los siguientes:

☹ Publicidad engañosa, debido a que se altera el precio del *cover*, así como el horario de la barra libre, o bien, por no cumplir con el espectáculo anunciado.

☹ Incumplimiento en el servicio, cuando en el establecimiento se obliga a realizar un consumo específico, no se respeta la reservación, o no exhiben la lista de precios al público, entre otras anomalías.

En 1993 se clausuraron varias discotecas en Acapulco y el Distrito Federal por incumplimiento en el servicio: **Danceterías**, **Celebration Atrium**, **Baby O'**, **Medusas**, **Salamanca**, **Reven**, **College**, **Calígula**, **Olimpic Garden**, **La Reata** y **4-40**.

Se aplicó sanción económica a: **Eclipse**, **News**, **Atrium**, **Extravaganza**, **D' Paradise**, **Ninas**, **Le Dome** y **Fantasy**

Instancias donde puede recibir ayuda

Las personas que acuden a las discotecas pueden denunciar la discriminación y la selección de clientela, así como el incumplimiento en el servicio.

De acuerdo con la Ley Federal de Protección al Consumidor, usted puede interponer su queja por vía telefónica o personalmente; la denuncia se turna a la Dirección de Inspección y Vigilancia, en la cual hay un programa constante de inspección en las diversas discotecas.

Ante cualquier abuso o irregularidad marque el 568-87-22, el 761-38-11 o el 211-99-66. En el interior de la república puede utilizar gratuitamente el 91 800 90 313.

Otra instancia es el Ayuntamiento de cada estado, donde debe dirigirse al área de reglamentación de espectáculos.

Karla Nájera

Fuentes: *-Secretaría de Turismo. Comunicación Social.*
-Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Censo 1990.
-Dirección General de Conciliación y Quejas, Profeco.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Reglamento para el funcionamiento de establecimientos mercantiles y celebración de espectáculos públicos en el D.F.
-Unidad de espectáculos y giros reglamentados de la Delegación Benito Juárez.

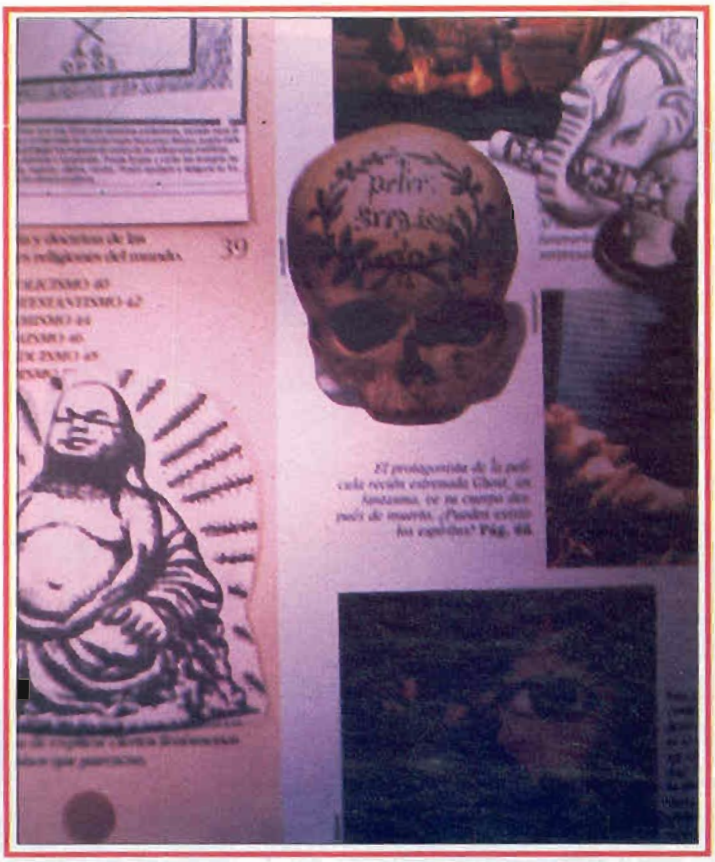
¿Asunto del más allá?

Lo "oculto" de los objetos esotéricos

Ya no existe la pobreza, tampoco las enfermedades, la soledad ni el desamparo. Las fuerzas del "más allá" han venido a resolver los problemas del "más acá":

¡Abra las puertas de la fortuna con la Llave de la Armonía!
¡Ya está aquí la Pirámide de la Energía!
¡Genuina Pulsera del Amor!
¡El Trébol de los 101 deseos!
¡Pida ya su reproducción de la Lámpara de Aladino!
¡Adquiera la Cruz con la que usted puede convertir su casa en fuente permanente de prosperidad, armonía, fortuna y felicidad!
¡Imán Sexual!
¿Ya conoce las nuevas Esferas de la Vida?
¡Moneda de los Jugadores!
¡El Buddha del Dinero!
¡Pulsera Iónica Reguladora!
¡Esfera Guardiana!
¡Talismán Kabalístico!
¡La Vela de la Riqueza!
¡Cruz de Agades!
¡Dije Zodiacal!

En fin, si usted es presa de la angustia, también puede serlo de la publicidad y la charlatanería que desde hace tiempo nos tratan de persuadir sobre la conveniencia de enfrentar a los Jinetes del Apoca-



lipsis con pirámides y pulseras energéticas, dijes mágicos, piedras de la sabiduría, fragancias del amor o esferas místicas que ''sosiegan el espíritu'' y ahuyentan las ''malas vibraciones''... ¿Será?

Dicen que una persona desesperada y desinformada es capaz de todo; la **Revista del Consumidor** no puede solucionarle sus problemas, pero sí está en posibilidad de informarle acerca de lo que hay detrás de los objetos de tipo esotérico, con características ocultas y secretas, que se comercializan con la promesa de resolver cualquier problema; y muchos nos preguntamos: ¿cuánto cuestan?, ¿de qué están hechos y cuáles son sus propiedades reales?, ¿verdaderamente ejercen alguna influencia sobre las situaciones y las personas que nos rodean, o solamente lo hacen en nuestro estado de ánimo y comportamiento?

¿El ''mercado de la suerte''?

En el mercado de los amuletos y artículos con poderes esotéricos, encontramos infinidad de ellos, elaborados con diferentes materiales, propósitos y costos.

Por ejemplo, hay desde ''ojos de venado'' que evitan que otra persona le haga ''mal de ojo'' al portador, ¡y sólo por 5 ó 10 nuevos pesos! También están los talismanes de alpaca para la buena suerte, cuyo costo varía entre 5 y 100 nuevos pesos, dependiendo del acabado -de oro o plata-, el tamaño y las funciones -para atraer el amor o la suerte.

Y qué decir de los amuletos ''personalizados'', fabricados por brujas o chamanes, ''a la medida'' del problema, según lo pida el cliente, aunque esta particularidad eleva el costo del objeto.

Este tipo de artículos se comercializa en plena calle, tiendas especializadas o a través de revistas que los envían por correo o mensajería; los talismanes más anunciados son:

Cruz de Agades: para ganar la Lotería y tener suerte en los juegos de azar.

Trébol de los 101 deseos: cumple sus deseos, le ayuda a ganar en los juegos de azar y a resolver problemas graves.

Talismán Kabalístico: útil para la fortuna y el amor.

Buddha del Dinero: sólo se requiere frotar el ombligo de la figura para atraer la fortuna y la clientela a sus negocios.

Lámpara de Aladino: basta con frotarla y en pocos días le concederá todos los deseos (no sólo tres, como cuenta la leyenda).

Tablas de Oro: con ellas puede conocer los números de la suerte que le harán ganar el ''Melate'', el ''Progol'', la Lotería, etcétera.

¿Qué tan efectivos son?

Don Rafael, uno de los cientos de fabricantes y vendedores de amuletos que hay por aquí y por allá -quien nos pidió dejarlo en el anonimato por aquello del ''mal de ojo'' que le pudiera hacer la competencia-, nos habla sobre este comercio.

''En general, el amuleto es sólo un adminículo que refuerza ciertas creencias, sobre todo cuando se obtienen resultados positivos. Estos objetos son tan viejos como el hombre o como la razón que los acompaña. En la historia han existido todo tipo de talismanes: algunos

de ellos aún son populares: la pata de conejo, la herradura y el trébol de cuatro hojas.

"Dentro del mundo de los amuletos -explica nuestro entrevistado- hay tres tipos: los fabriles, que se hacen en oro, plata y otros metales; los artesanales, elaborados por yerberos, magos, chamanes, hechiceros y brujos, los cuales son muy conocidos y solicitados por la gente; y los que se lanzan al mercado como novedades.

"Con los amuletos -prosigue Don Rafael- prevalecen dos situaciones: si es uno novedoso que tiene cierta fama o está de moda, quien lo usa lo mostrará con orgullo a los demás; por el contrario, si lo hizo una persona desconocida o con fama de tener poderes sobrenaturales, entonces el usuario lo esconde y no deja que nadie lo toque.

"Para que un talismán funcione verdaderamente es necesario que al elaborarlo se esté pensando todo el tiempo en la persona que lo va a usar, además es importante elaborarlo con los materiales adecuados. En los objetos hay diferentes densidades de energía y si se pueden fabricar amuletos efectivos, pero se debe saber cómo activarlos".

Don Rafael apunta que los que se adquieren en las tiendas o que se anuncian en la televisión o las revistas, no sirven: "Los amuletos sólo son un apoyo, no la solución; el primer talismán falso apareció con el primer ingenuo".

El otro lado del talismán

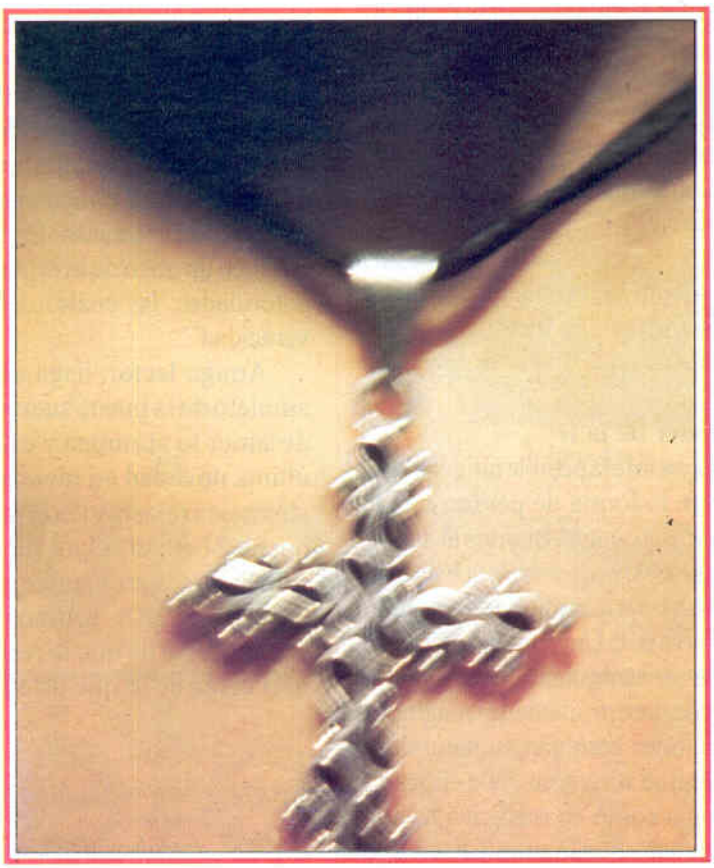
Con mirada inquisidora y una sonrisa incrédula, la Asociación Mexicana para la Investigación Escéptica -fundada en 1989- dice tener como objetivo someter a prueba todo tipo de afirmaciones relacionadas con lo paranormal o sobrenatural. El ingeniero Mario Méndez, presidente de dicha asociación, explica a nuestros lectores:

"Desde la era Paleolítica, los hombres ya creían en los amuletos como una forma de protección contra los 'malos espíritus'; aquellos primeros hombres tuvieron una visión animista del mundo: cada cosa era un misterio y para darle una respuesta se inventaron duendes, seres poderosos o deidades.

"Es así que a través de la historia, cada civilización ha creído en distintos métodos para alejar la mala suerte. En general, en cada grupo social surge un intercesor ante los dioses o las fuerzas poderosas, que se encarga de evitar que éstas hagan daño a las personas, por eso los brujos o chamanes son quienes hacen los amuletos.

"Un ejemplo de lo anterior -ilustra nuestro entrevistado- ocurrió durante la Guerra Cristera; algunos curas bendecían unos escapularios que decían 'Detente bala, no puedes dañar a este cristero'. Entonces aquel que usaba ese escapulario se creía invulnerable a las balas. Lo que realmente sucede es que las personas se desinhiben o pierden el temor y hacen lo que no hubieran hecho sin el talismán.

"Actualmente -advierte el ingeniero Méndez- existe la creencia de que el cuarzo acumula cierto tipo de energía cósmica; desde luego que esto no es verdad, esta piedra tiene propiedades piezoeléctricas, es decir, si se somete a una presión, emite una corriente eléctrica; esto se utiliza en electrónica, pero de ninguna manera altera o modifica la energía que pueda haber alrededor de una persona; quien piensa así



se está poniendo al mismo nivel del hombre primitivo, que se colgaba en el cuello un pequeño paquete con el cabello de sus enemigos para evitar la mala suerte''.

El ingeniero Méndez señala que este tipo de productos está invadiendo el mercado; ahora se anuncian en las revistas y en la televisión para que la gente se gane la Lotería o goce de una buena salud, sea más fuerte o más atractiva sexualmente.

''Esta situación -continúa nuestro entrevistado- ha tratado de controlarse a través de la Comisión Calificadora de Revistas dependiente de la Secretaría de Gobernación, principalmente para evitar la publicidad fraudulenta. Considero que lo indicado sería modificar los anuncios, enfatizando más la cualidad de estos objetos como adorno, que sus presuntas facultades curativas o de buena suerte''.

Nuestro entrevistado concluye: ''Creer en estos objetos es paradójico; cómo es posible que en pleno siglo XX persista una superstición idéntica a la que tenían nuestros antepasados hace 3 millones de años''.

El poder de la fe

Para conocer más acerca de la posible influencia de este tipo de artículos en la forma de pensar y en la conducta de quienes los usan, entrevistamos al doctor Serafín Mercado Domenech, profesor de la Facultad de Psicología de la UNAM, con estudios de doctorado sobre Psicología Educativa en la Universidad de Texas.

''El amuleto puede ser cualquier objeto al cual la persona que lo lleva le confiere propiedades mágicas o curativas; las supersticiones cambian su naturaleza según las explicaciones que surgen en cada época.

''Tanto en psicología como en medicina hay un sistema de creencias; se sabe que la simple fe en algo puede servir como paliativo y mejorar algunas enfermedades, es decir, como 'por arte de magia' surge una esperanza en el sujeto, lo cual disminuye su tensión emocional.

''Pero definitivamente -subraya el doctor Mercado-, los amuletos no funcionan por la razón que la gente cree. No hay un proceso mágico mediante el cual uno adquiera buena suerte; posiblemente cuando se tiene una actitud positiva frente a las cosas, éstas resultan bien, aunque se crea que es cuestión de suerte''.

Inmersos en humos exóticos, amuletos mágicos y esotéricas fragancias, nuestro reportaje concluye con los comentarios del doctor Mercado:

''Lamentablemente, la educación no tiende a formar una actitud crítica-científica para contrarrestar este tipo de creencias. En la venta de amuletos hay también un poco de irresponsabilidad por parte de las autoridades, las cuales deberían exigir pruebas de veracidad''.

Amigo lector: haga usted de este reportaje su amuleto de la buena suerte. Cuando la angustia y el desamor lo abrumen y esté a punto de comprar la última novedad en mercancía esotérica, frote tres veces esta revista y lea el presente reportaje a media noche y bajo el fulgor de la luna (quizá esto no le solucione sus problemas, pero seguramente le brindará la calma y la tranquilidad necesarias para convencerse de que la respuesta está en otra parte, más cerca de lo que usted se imagina).

Graciela Muñoz

Fuentes: -Asociación Mexicana para la Investigación Escéptica.
-Facultad de Psicología, UNAM.

Vidrio soplado

Aliento de arte y tradición

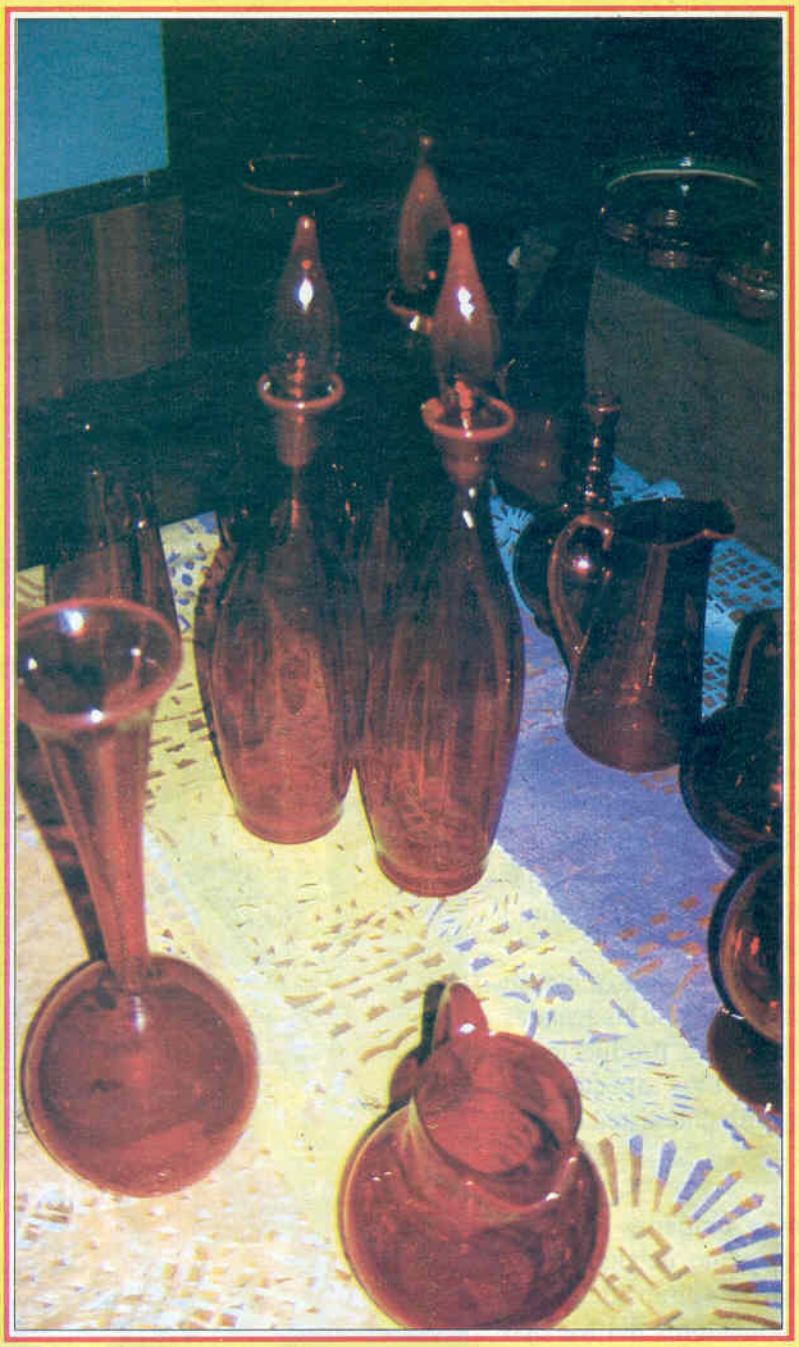
El vidrio soplado en México respira historia y sensibilidad a "pulmones llenos". Su origen se encuentra tanto en los pueblos prehispánicos como en la cultura europea que arribó a nuestro continente guardada en las alforjas de los conquistadores españoles, y aquí se enraizó tan profundamente que al cabo de los años se convirtió en una importantísima industria que hoy solamente se desarrolla y sobrevive como quehacer artesanal.

El nacimiento de tan noble oficio, su desarrollo histórico, así como los avatares que hoy enfrenta en su producción y comercialización, son los aspectos que deseamos compartir con usted en las próximas líneas.

Remotos orígenes

Puede afirmarse que, de alguna manera, los trabajos a base de obsidiana que elaboraban los pobladores del México precolombino constituyen los primeros antecedentes de la actividad vidriera. El uso de esta roca ígnea era básicamente ornamental y para la guerra, pues de este material se fabricaban las puntas de las flechas y las lanzas de los guerreros, así como los filos de los temibles *maquáhuitl* -versión azteca de la espada europea-, que tenían más de un metro de longitud y estaban totalmente cubiertos de lajas de obsidiana.

Los españoles introdujeron el vidrio en la Nueva España en 1542, estableciendo los primeros hornos de vidrio soplado en



Puebla; debido a la gran abundancia de plata que había en el territorio nacional, el vidrio no reemplazó fácil ni inmediatamente a las vajillas metálicas en las mesas de las familias más acomodadas.

Asimismo, la población indígena continuó utilizando recipientes de cerámica, porcelana y madera -los cuales les eran más familiares-, aunque paulatinamente se acostumbró al uso de algunos objetos de vidrio.

Por otra parte, cabe advertir que los intentos por establecer en la Nueva España una industria vidriera -por pequeña que fuese- se vieron frenados a causa de los severos impuestos; el propósito de la Corona era vender sus productos en las colonias americanas, por lo que no podía permitir que se creara una "industria colonial" capaz de competir con ella.

Estas condiciones dificultaron todavía más la fabricación de vidrio, que ya de por sí representaba un proceso complejo y costoso que requería de personal calificado y materias primas no siempre disponibles.

Al triunfo de la Guerra de Independencia, el naciente país experimentó una ola de contrabando de piezas de cristalería y vidrio soplado, las cuales, por su método de elaboración, resultaban más baratas y de mejor calidad.

Fue hasta mediados del siglo XIX cuando se desarrolló en gran medida la técnica del vidrio soplado, que aún se aplica de una manera artesanal en las ciudades de México, Pachuca, Taxco, Guadalajara, Texcoco y Tlaquepaque, principalmente.

En 1909, el vidrio adquirió importancia industrial en nuestro país debido al establecimiento de la empresa "Vidriera Monterrey", que comenzó a producir botellas de cerveza, vidrios planos y diversos artículos de cristalería, por lo cual la actividad del vidrio soplado quedó relegada, transformándose en un trabajo puramente artesanal.

Un soplo divino

Actualmente, el vidrio soplado se fabrica principalmente en Tlaquepaque, uno de los lugares de mayor tradición y prestigio por el "tallado" de sus figuras zoomorfas; por otra parte, el estado de

Jugos del Valle
en Aluminio,
lo más
natural.
CON VITAMINA C
JUGOS DEL
Valle
JUGO DE
100%
NATURAL
NARANJA
LAS FRUTAS SON SALUDABLES

Hidalgo se ha inclinado más por el decorado de los objetos de vidrio; en la ciudad de México se le da importancia al acabado; finalmente, en Texcoco prevalece la producción de utensilios propios para las pulquerías y ferias de la región.

El equipo para "soplar" el vidrio (caña, tijeras, tenazas y un puntero) ha permanecido prácticamente sin modificaciones a través de los años.

El señor Felipe Muñoz, maestro de artesanos de la fábrica de vidrio soplado "Carretones", nos habla sobre el proceso de elaboración y las herramientas que se emplean en esta labor:

"Para crear las piezas se necesitan pocas herramientas, 'echarle un ojo' al vidrio e imaginarse qué forma va a tomar; las reacciones de la mano deben ser rápidas, ya que el vidrio soplado se endurece en pocos segundos".

Con paciencia y claridad, el maestro Muñoz nos explica que el primer paso es seleccionar el vidrio que se va a fundir, tomando en cuenta su textura y, principalmente, su color. Enseguida se preparan varios anaqueles de color ámbar, azul, blanco y rojo, entre otros, se toma una carga de este vidrio y se transporta al horno, a una temperatura de mil 200 grados centígrados, para ser transformado en un "caldo" viscoso.

De este "caldo" se saca -con la ayuda de una "caña oficial" o "aparazonador"- una "bolita" de pasta que, por su tamaño y color, se asemeja a una mandarina luminosa con la consistencia de la miel líquida, misma que es necesario mantener suspendida con movimientos circulares, pues así se evita que el vidrio líquido caiga al piso.

"Al momento de iniciar el trabajo -apunta el señor Muñoz-, el maestro artesano debe saber qué características y forma tendrá la pieza que desea crear. Por ejemplo, para hacer una botella, un ayudante toma una caña -tubo de hierro hueco y con diferentes longitudes- y la introduce en el horno, donde está el vidrio fundido. Le da varias vueltas hasta que reúne una porción de pasta de vidrio, y la redondea sobre una mesa de hierro; después le sopla tan sólo por un segundo.

"Posteriormente, el oficial adhiere una segunda 'medida' de vidrio sobre la primera, sin dejar de girar su caña sobre los 'brazos' horizontales del banco de vidriero, al tiempo que va dándole la forma deseada utilizando un instrumento de madera cóncavo, todo

ello sin dejar de girar la pieza y soplar a través de la caña''.

El señor Felipe Muñoz advierte: ''Las pinzas son el principal instrumento de un vidriero, ya que con ellas se puede adelgazar el cuello y practicar un corte en la base de la botella, lo cual nos permite separar fácilmente la pieza de la caña. Al poco tiempo, el vidrio se oscurece con un tono verdoso, casi negro, lo que indica que es hora de pasarlo a un segundo horno, donde se deja reposar toda la noche. Es así como se consigue que la pieza no se rompa al entrar en contacto con el ambiente''.

Por su parte, el ingeniero Felipe Derflingher, dueño de la fábrica de vidrio soplado ''Derflingher'', señala:

''La labor del maestro artesano es coordinar el trabajo de los demás y sumar las experiencias de todos los que forman el grupo; es el más hábil, rápido y seguro; muy a menudo es quien crea efectos que constituyen una lección permanente de volumen, color y línea.

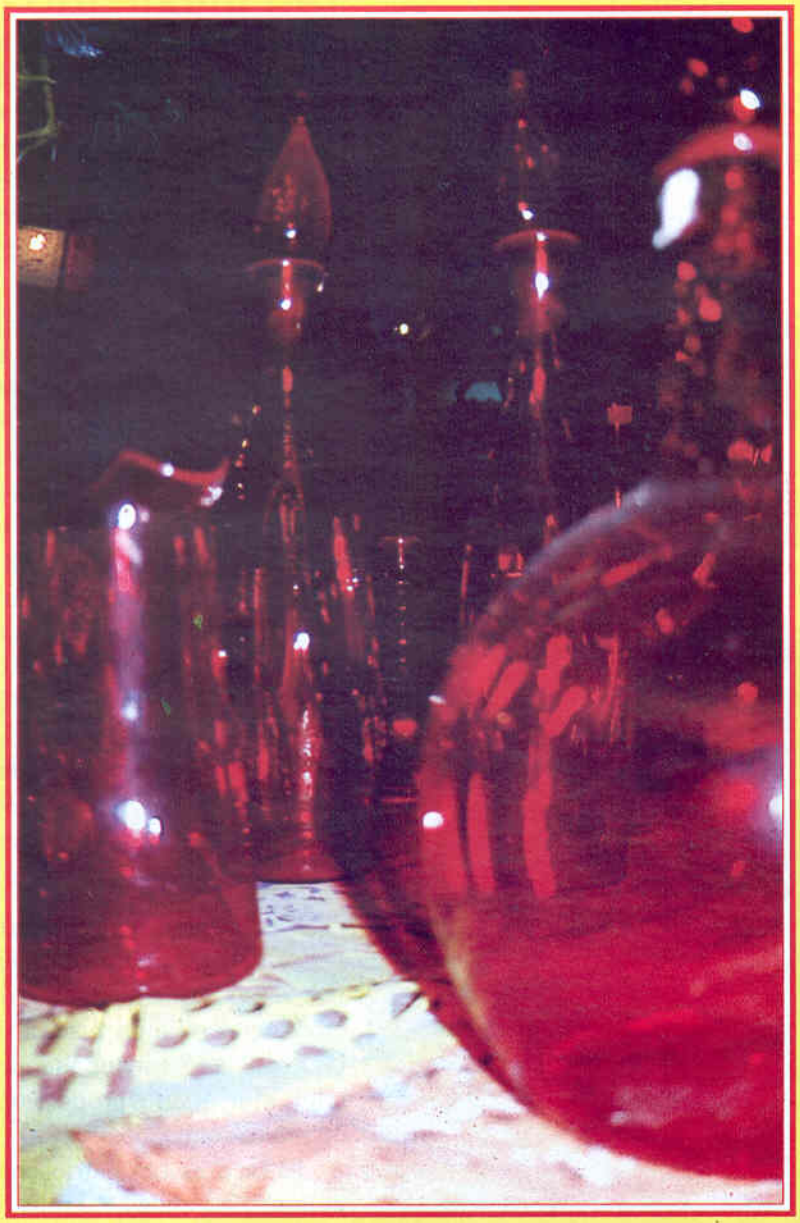
''Es por ello que el valor de los objetos de vidrio soplado se establece tomando en cuenta las dificultades que implica su elaboración y diseño, así como el hecho de que se usen varios colores, efectos especiales o 'notas' extraordinarias de habilidad. En todos los casos, lo importante es la dedicación y el esfuerzo colectivo al hacer determinado objeto''.

El mercado

En cuanto a su consumo y destino, los objetos de vidrio soplado suelen adquirirse para usos prácticos y ornamentales; los artículos más vendidos son vasos, copas, jarras, platos y platones, licoreras, pomos o garrafones, ensaladeras y fruteros, vajillas y servicios de café, floreros y ceniceros, candiles y candelabros; en lo que se refiere a los adornos destacan flores, hojas, macetas, esferas, vasijas, centros de mesa, peceras, pisapapeles y diferentes figuras zoomorfas.

Para el antropólogo Alejandro Guzmán, subdirector técnico del Fondo Nacional para las Artesanías (Fonart), ''el uso cotidiano de dichos productos es común, sobre todo en los pueblos; el vidrio soplado se comercializa a través de las ferias.

''Asimismo -continúa el antropólogo-, hay una buena cantidad de piezas de vidrio soplado que se fabrican exclusivamente para las pulquerías: los



"chivos", los "tornillos" y las "cacarizas". Objetos muy tradicionales, especialmente en las pulquerías del Barrio de la Luz, en la ciudad de Puebla, donde eran grandes consumidores de vidrio soplado. Actualmente éste tiene mucha aceptación pues se vende bastante y a buenos precios".

Por su parte, la señora Lidia Vázquez, dueña de la fábrica de vidrio soplado "Carretones", asevera: "El vidrio soplado es una actividad artesanal muy compleja; además es muy limitada porque cuenta con poco personal capacitado. Desafortunadamente, los consumidores desconocen su proceso de elaboración: por ejemplo, para hacer una copa se requiere la intervención de ocho personas. En ciertas etapas el trabajo es muy lento, ya que depende del sentimiento y la creatividad del maestro; en estos casos el rendimiento se mide por la calidad y no por la cantidad, pero esto no todos lo entienden y algunas personas piensan que las piezas son demasiado caras.

"Además hay que tomar en cuenta que es indispensable mantener el horno prendido toda la noche, porque la pedacería de vidrio necesita mantenerse fundida. Por si fuera poco, la mano de obra calificada es muy costosa; no es lo mismo que en una industria formal de vidrio, en la que el proceso está sistematizado: con sólo apretar un botón se obtiene una producción diaria de 500 vasos; en las pequeñas empresas de vidrio soplado hay piezas que requieren hasta media hora para su elaboración.

"El consumidor no valora esto porque su punto de referencia son los productos importados, que suelen ser desechos de Estados Unidos. Lamentablemente no apreciamos lo que hacen los artesanos; la gente prefiere comprar un vaso francés, que le cuesta por lo menos 10 nuevos pesos; ciertamente es un producto importado pero fue hecho industrialmente.

"No tenemos conciencia de que cada artículo de importación que compramos es una oportunidad menos para un trabajador mexicano. Deberíamos considerar que exportamos una buena proporción de lo que producimos, porque en el extranjero se aprecian más nuestras artesanías"

Miguel G. Prieto

Tan mexicano como el nopal

El taco nuestro de cada día

"Hoy se habla mucho de la historia de la cultura... y no veo porqué, si ésta se ocupa del mueble y del vestigio, no haya de tomar en serio la cocina".

Alfonso Reyes

No cabe duda de que el alimento más democrático que existe es el mexicanísimo taco. No distingue posición social, religión, ni credo político. Eso sí, podemos asegurar que además es un elemento unificador, que nos proporciona identidad ante otras nacionalidades.

El taco es tan patrio como el nopal, el pulque y el chile. Y constituye una de las aportaciones culinarias de México al mundo.

El taco, al igual que la raza de bronce, no se "raja" ante los embates de la comida rápida. Aunque le echen montón los *hot-dogs*, las *pizzas*, las hamburguesas, y hasta el *sushi* japonés. Él solo puede contra todos ellos; es como una batalla entre el "Águila Descalza" -héroe cien por ciento nacional- contra *Superman* y *Ultraman* juntos. Ni cosquillas le hacen a este súper héroe tercermundista, salido de la inventiva de Alfonso Arau.

Con el taco sí somos ganadores. Es el único que nunca se "apantalla" frente a sus similares extranjeros, aunque sean "güeritos" y hablen otros idiomas.

Desde su origen

Al igual que nosotros -de acuerdo con lo que narra el *Popol Vuh*-, el taco nace del maíz, pilar de nuestra alimentación, acompañado del chile

y el frijol. Aunque en algunas ocasiones podemos prescindir del frijol, esta omisión sería imperdonable si se tratara del chile y de las tortillas.

Y como de la tortilla nace el taco, relación imprescindible, básicamente toda nuestra dieta "nos la aventamos taqueando". De ahí que a los niños, después de enseñarles a decir papá y mamá, los sentemos a la mesa y los adiestremos para hacer "rollito" su tortilla, es decir, conocer el arte que los acompañará toda la vida: el arte de hacerse un buen taco.

Cuando se extiende una invitación para comer en casa, el subconsciente nacionalista nos obliga a decir que a **echarse un taquito**.

El lenguaje popular también se ha nutrido de este producto culinario: **le puso mucha crema a sus tacos**, ya no aguanté y **le tuve que parar los tacos**.

Baste reiterar que existen tacos de todo lo comestible. El más modesto es el taco de sal, invención de las tortillerías donde, a un lado de la báscula, colocaban un tentador salero. Su contraparte es el súper elitista taco de caviar, privilegio de unos cuantos. Aunque no hay gran diferencia porque ambos provienen de la misma familia: el pariente pobre y el rico.

"En gustos se comen tacos" y podemos decir que entre la rica variedad se encuentran los de rajas, nopales, frijoles, papas, espinacas, verdolagas, escamoles, grillos, chicharrón, carnitas -en todas sus variedades-; de res -desde la cabeza hasta la lengua-, de pollo, de chivo, de borrego y de todo animal comestible. De los "tlacuaches" -como diría Tin Tán- se derivan las flautas, las quesadillas y las enchiladas.

Industria mexicana del taco

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, en el país existen 56 mil taquerías, sin contar las 38 mil fondas o loncherías donde han establecido como "gancho" la venta de tacos, sobre todo al pastor.

En una de las cientos de crónicas que nos heredó Jorge Ibargüengoitia, nos refiere el nacimiento comercial de los tacos de res, lo fácil de prepararlos, lo barato de su precio (en ese entonces, allá por la década de los sesenta) y lo ricos que son. Y los equiparaba con los Volkswagen por accesibles, siempre fieles y útiles.

Comercialmente, cada variedad de taco tiene su historia. Por ejemplo, los tacos de canasta o sudados deben su origen a los trabajadores del campo, quienes para mantener calientitos sus tacos de frijoles los cubrían

con bolsas de plástico. En la capital esta costumbre se retoma por incipientes "empresarios del taco" poseedores de una bicicleta, una canasta y dos grandes recipientes de vidrio para la salsa verde o los chiles jalapeños.

Los clásicos tacos de canasta son de frijoles, papas y chicharrón, además de ser los más baratos: actualmente podemos saborear tres tacos por un nuevo peso.

Por su parte, sobre los tacos de guisado, de gran arraigo en la ciudad de México, podríamos decir que desde siempre han existido, porque reiteramos que la forma de alimentarnos ha sido a base de tacos. Su venta tiene mucha aceptación porque nos brindan la sensación de haber comido en nuestra casa (incluso las tortillas son iguales a las que consumimos, del número 14). De entre su extensa variedad los hay de cerdo en pipián verde, pollo deshebrado en mole poblano, chicharrón en salsa verde, rellena guisada, longaniza, hongos, nopales con huevo, arroz con huevo cocido y calabacitas con elote.

El secreto del sabor, fórmulas valiosas

Antes de que se diera el *boom* de las taquerías, el consumidor acudía a aquellos establecimientos metálicos pintados de blanco que estaban cerca de su casa o trabajo. Conforme el "negocio del taco" fue proliferando, la gente tuvo más opciones para elegir, de acuerdo con las siguientes variables: precio, sabor, o trato del taquero hacia su cliente.

Fue en la década de los sesenta cuando aparecieron los puestos blancos de lámina. Primero cerca de los mercados públicos, después en los cruces de las avenidas. Y de ahí se multiplicaron hasta encontrar uno casi en cada esquina.

La mayoría de estos puestos vendía tacos de suadero y de longaniza, y para "bajarlos" había unos ricos tepaches bien fríos en barricas de madera (que dos décadas más tarde han sido desplazados por los refrescos de cola).

En esta época surge el estilo tradicional de comer tacos: con una mano se sostiene el taco, con la otra se espantan las moscas y con el pie derecho se patea a los perros.

Por cierto, dato curioso: a las mujeres nunca se les veía saboreando estos manjares. Era cuestión de hombres. Aunque claro, como en las pulquerías, los pedían para llevar a casa.

Mientras uno esperaba que le despacharan sus seis tacos de suadero -de a 60 centavos cada uno-, las glándulas gustativas aceleraban su ritmo al oler la carne asada y ver cómo se doraba en su propia grasa, al admirar la habilidad del taquero -casi siempre de Michoacán- para remojar las tortillitas en la grasa, colocarlas en el plato y repartir cada ración de suadero con su respectivo montoncito de cilantro y cebolla finamente picados, sin faltar su grandioso baño de salsa verde o roja.

Cuando los tacos llegaban a nuestras manos en esos platos de plástico amarillos, verdes o anaranjados, acompañados de sus octavos de limón, prácticamente los devorábamos. Nos convertíamos, como el "Lobo" Jack Nickolson, en un ser fantástico que de una sola mordida engullía cada taco.

Con los años, los gustos de los *gourmets* fueron cambiando de acuerdo con las modas: los de suadero perdieron terreno a mediados de los ochenta; después, y por poco tiempo, desfilaron los tacos al carbón -hasta Vicente Fernández protagonizó la cinta "Tacos al carbón"-; y luego, los que han llegado para quedarse son los taquitos al pastor: carne de cerdo semicruda, de origen turco y griego, pero nacionalizados gracias a la piña, el cilantro y la cebolla, y desde luego las tortillas chiquitas (del número 11) para que el cliente pida más.

¿De suadero o al pastor?

Debido a la competencia, los taqueros fueron creando fórmulas mágicas para preparar la carne y las salsas. Es más, se ha convertido en buen negocio la venta de recetas para preparar los tacos al pastor y las salsas. El costo de ellas es de varios miles de nuevos pesos y está estrictamente prohibido revenderlas o regalarlas; aunque no existe legislación alguna, la palabra del taquero es sagrada y con ella basta.

Como adictos a los tacos al pastor, hemos llegado a especular que su ricura radica en los malabares y rapidez con que los taqueros usan los cuchillos para cortar minitrozos de carne y enviar los pedacitos de piña por el espacio.

Pero nada de eso, el encanto viene de la preparación de la carne. Tal y como sucede en la taquería **El Tacolote** del Puerto de Veracruz, la cual es tan famosa que el **Café de La Parroquia** está pensando seriamente asociarse con ella. Como dice el dicho "si no puedes con el enemigo... mejor haz negocios".

Lo anterior lo avala el propietario de la taquería **El Güero**, Ramón Martínez, quien nos confirma que "el secreto está en la preparación de la carne". Esta taquería, de gran renombre por sus tacos de suadero, se encuentra en pleno Centro Histórico de la ciudad de México, a un costado de la antigua Hemeroteca Nacional.

Lógicamente, "el güero" no entra en detalles respecto a sus secretos, pues "es como quedarme a raíz".

En el nombre llevan la fama

La mayoría de las taquerías metálicas, que aún sobreviven, sufrieron metamorfosis y se convirtieron en lugares fijos. Algunos sencillos, de regular categoría, y otros de lujo. Al establecerse se dan a conocer por su nombre; han dejado de ser la taquería del mercado para convertirse en **El Tizoncito, El Charco de las Ranas, El Taquito, El Tacolote, El Farolito, El Museo del Taco, Chano y Chon, La Monja, Los Parados, Don Taco, Don Pastor, El Bigos, El Güero, Taco INN, El Gordo, Canta Ranas, Búhos, El Pialadero, La Tamegua, Lobo Bobo, El Gran Taco. El Mundo del Taco, La Clínica del Taco, Súper Taco, Taco tras Taco, Beatriz, El Gallito, El Cuñado, El Rey Pastor, El Paisa, El Taco Loco, Mr. Taco,** entre otros.

Cada una de las taquerías tiene su peculiaridad, que en algunas ocasiones le ha otorgado gran popularidad. Por ejemplo, en San Cosme hay una taquería atendida por un hombre orquesta ayudado por la clientela. Para ello, los clientes se ubican alrededor de la parrilla a fin de pedir y recoger su pedido. De ahí pasan a los bancos a degustar sus tacos de cabeza o de lengua. La parte curiosa llega al momento de liquidar lo consumido porque este hombre orquesta no toca para nada el dinero: el propio cliente coloca la cantidad en la caja y toma su cambio. El taquero solamente aclara las dudas en lo que se refiere a cuántos tacos fueron y cuánto debe pagarse.

Claro que para esto "el güero", como se le conoce, está con "un ojo al gato y otro al garabato". Además su cuchillo es bastante convincente para ayudarle a hacer bien las cuentas.

Otro lugar muy conocido es **El Tizoncito** de Villa Coapa, donde uno consume todos los tacos que quiere y al salir pasa a la caja, en la cual cada cliente confiesa sinceramente todo lo que ha comido.

En estos dos lugares se tiene mucha confianza al cliente, aunque no faltan los "vivillos" a quienes a veces les fallan las cuentas a su favor.

El Charco de las Ranas es un establecimiento muy popular en Río Mixcoac, fuera del cual hay congestionamientos, desde el mediodía hasta la medianoche, provocados por los autos último modelo que invaden la lateral de esta arteria. La peculiaridad del sitio radica en que, como no reciben ninguna tarjeta de crédito, se han instalado cajeros automáticos dentro del local, de esos que aceptan varias tarjetas.

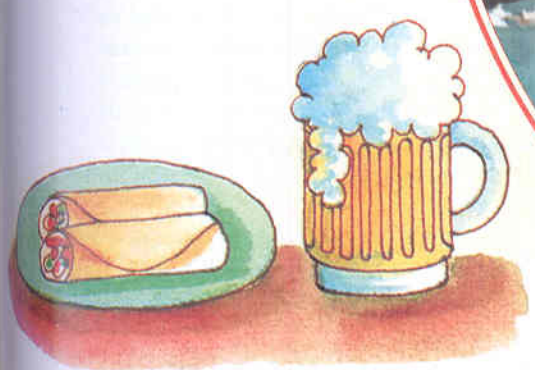
No podía faltar la taquería de las estrellas, **El Taquito**, ubicada en el

Centro de la ciudad de México, en la calle de Ecuador; con casi medio siglo de existencia, ha contado entre sus clientes a Esther Fernández, María Félix, Tin Tán, Cantinflas y David Silva. También los toreros, desde Silverio Pérez hasta Jorge Gutiérrez, han ''dado la vuelta al ruedo'' después de echarse unos tacos de lengua, o unos de carne a la tampiqueña.

Por este arraigo taurino, han instalado otro **Taquito** junto a la Plaza de Toros México, como nos comenta Anselmo Fernández, encargado del lugar.

En fin, era justo y necesario hacer un reconocimiento al ''taco nuestro de cada día''. No estuvieron todos los que son, por ejemplo, faltó espacio para describir los tacos de carnitas, los de barbacoa, o bien, los de tripa, muy socorridos fuera de las pulquerías. Pero a todos los ausentes se les estima y se les quiere. ¡Buen provecho! en este carrusel de los signos.

Miguel G. Prieto/Enrique Parada



Fuentes: -Censo Económico, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
-Directorio Gastronómico de la Ciudad de México, Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados.
-José N. Iturriaga. De tacos, tamales y tortas. Edit. Diana.
-Enciclopedia de México. Vol. 8.
-Jorge Ibargüengoitia. Instrucciones para vivir en la Ciudad de México. Edit. Joaquín Mortiz.

Árbol genealógico del taco

El mundo del taco es variado, y hasta cierto punto exótico, por su increíble gama y forma de preparación; el amplio consumo del taco en México ha creado familias de tacos que tienen un origen geográfico más o menos definido. En general, hay tantos tacos como alimentos susceptibles de enrollarse en una tortilla.

* *Tacos de "carnitas" de puerco:* Originarios de Michoacán y Jalisco. Una vez fritas las diversas partes del cerdo en la manteca del propio animal, suelen hacerse de maciza, cueritos, buche o estómago, nana o útero, trompa, oreja, cachete, hígado, y bofe o pulmón. La clásica salsa que se añade, junto con la cebolla y el cilantro picados, es la roja de jitomate y chile de árbol o serrano.

* *Tacos de cabeza de res:* Provenientes del Bajío. De la cabeza, hervida o al vapor, resultan las siguientes opciones: cachete o maciza, trompa, oreja, lengua, sesos, nervio, paladar con hueso blando y ojo. Se aderezan con cebolla y cilantro picados y con salsa verde de tomate hervido. También se venden tacos de tripa gorda o intestino grueso y de tripa de leche o intestino delgado.

* *Tacos de barbacoa:* Su origen se encuentra en los estados pulqueros del centro del país, pues se trata de carne cocida en un agujero bajo tierra, envuelta en pencas de maguey. Son generalmente de carne de borrego y se comen con salsa "borracha", llamada así porque el chile pasilla se muele con pulque.

* *"Flautas":* Propios de las costas y la Tierra Caliente. Los tacos se fríen hasta quedar dorados por completo. Llevan barbacoa o pollo deshebrados, papa o picadillo, y se les pone encima cebolla, aguacate y jitomate en tiras, lechuga picada, crema, queso desmoronado y salsa picante.

* *Tacos de "fritangas":* Habituales en la ciudad de México, inconfundibles porque los trozos de carne, antes de colocarse en la tortilla, "nadan" en manteca hirviente. Las primeras fritangas son el suadero de res (la parte que está encima del costillar), "machitos" de carnero (intestino delgado en forma de trenza), longaniza de cerdo, ubre, y cuajar o útero de la vaca.

* *Tacos de canasta o "sudados":* Característicos de la capital de la república. Se preparan en el domicilio del fabricante y se envuelven en trapos dentro de una canasta, lo cual provoca que "suden". En este caso las dos tortillas que se usan no se enrollan, sólo se doblan.

* *Tacos de guisado:* De viejo arraigo en la ciudad de México. Los más comunes son de cerdo en pipián verde, pollo deshebrado en mole poblano, chicharrón en salsa verde, menudencias de pollo en salsa de chile guajillo, rellena o moronga guisada, longaniza, hongos en salsa de chile morita, sesos con epazote, nopales con huevo, hígado encebollado, arroz colorado con huevo cocido, chile jalapeño relleno con carne deshebrada, y calabacitas con elote.

* *Tacos al pastor:* Nacidos en el cercano Oriente, Grecia y Turquía, aunque allá se hacen con tortilla de trigo. Se trata de bisteces de puerco adobados, ensartados en una varilla vertical giratoria, de modo que la carne se asa a fuego directo.

* *Tacos al carbón:* Modalidad muy reciente implantada en casi todo el país. El relleno es de filete, bistec o costilla de res, o de chuleta de cerdo.

* *Tacos indígenas:* Los hay, entre otros, de charales, en las zonas lacustres del Altiplano; de gusanos de maguey, en los estados pulqueros; de acociles o camarones de agua dulce en miniatura, en el Valle de México; de escamoles o hueva de hormiga, en Hidalgo; de chapulines, en Oaxaca; de jumiles o chinches de monte vivas, en Tierra Caliente de Guerrero y Morelos; de ahuaucles o larva de mosca acuática, en Texcoco; y de quelites, hormigas o chicatanas, toritos o plaga de aguacate, gusanos de nopal, gusanos eloteros, chinches de mezquite, larvas de libélula, chicharras de Guamúchil, gusanos barrenadores, y orugas de mariposa, en otras partes del país.

* *Las "burritas" o tacos norteños:* Hechos con tortilla de harina de trigo y machaca.

* *Tacos yucatecos:* Sobresalen los de cochinita pibil con axiote, los de but negro, los papadzules de pepita de calabaza con huevo cocido, los de jitomate, y los codzitos o "tacos de nada", pequeñas flautas doradas sin relleno.

Fuentes: -José N. Iturriaga. De tacos, tamales y tortas. Edit. Diana. -Enciclopedia de México. Vol. 8.

¡En cuaresma pesque buenos precios!

La PROFECO le asesora sobre los precios de los productos del mar.

Día Mundial de la Alimentación

El agua, germen de la vida

¿Qué haríamos sin agua? Sin duda alguna difícilmente podríamos subsistir. Esta interrogante fue la premisa para que con motivo del **Día Mundial de la Alimentación** se escogiera el lema **El agua, germen de la vida**.

El agua es la base de la vida y resulta indispensable para los seres humanos y su medio natural. Hoy día, la escasez y el mal uso de este recurso vital constituyen una grave y creciente amenaza para la seguridad alimentaria, la salud y el bienestar humano. Por esta razón, el **Día Mundial de la Alimentación**, que se celebra el 14 de octubre, pone de relieve la función protagónica que desempeña dicho líquido en el sostenimiento y apoyo de la vida, y se centra sobre todo en la agricultura y el desarrollo rural.

Con la frase **El agua, germen de la vida** se enfatizan las posibilidades y los problemas que plantea la utilización del agua, así como el peligro al que están expuestos los recursos existentes, a causa de las demandas conflictivas sobre los suministros. Se subraya que, si se trata de satisfacer las necesidades totales de agua de la población humana, la ordenación de los recursos hídricos deberá formar parte del conjunto de actividades en pro del desarrollo.

Agricultura, mayor consumidora

En la agricultura se utiliza la mayor parte del agua potable que se consume en total (más del 70 por ciento), razón por la cual, desde sus comienzos, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha abogado por un ''uso prudente'' del agua.

Algunos países se han visto obligados a realizar ''extracción excesiva'' de los recursos hídricos básicamente no renovables, atrapados en antiguos mantos acuíferos, a fin de mantener la producción de alimentos para una población en constante crecimiento. En 1990, 26 países, incluidos la mayoría del norte, este y sur de África y el Oriente Medio, estaban experimentando problemas de escasez de agua. Actualmente hay 300 millones de personas afectadas por esa carencia y se prevé que el número aumentará diez veces para el año 2025.

El agua, germen de la vida se centra en la ordenación de los recursos hídricos del medio rural como forma de mejorar la calidad de vida de las poblaciones del campo, aumentando la disponibilidad y el uso del agua para la producción de alimentos y el desarrollo. Se servirá de la experiencia acumulada por la FAO en la ordenación de recursos

Rodando y Volando

MENSAJERI A PAQUETERI A
SISTEMA ESTRELLA BLANCA
91 800 502 76

MEXICO
368 65 77 - 729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 - 35 94 08

MONTERREY
5126 86 - 5158 40

hídricos y la legislación sobre el tema; la evaluación de recursos, la planificación, el desarrollo y la gestión de proyectos de riego y drenaje; el abastecimiento de agua para el ganado, la pesca continental, la conservación del suelo y del agua, la protección de la calidad del agua y del ambiente, y la aplicación de instrumentos de planificación como los sistemas de información geográfica y la ordenación integrada de los recursos hídricos del medio rural.

Del total de agua de riego destinada a la producción agrícola, sólo el 40 por ciento llega a los cultivos que corresponde. El 60 por ciento restante sirve para reponer las aguas subterráneas, o se recicla dentro del sistema de riego. Sin embargo, el agua no utilizada puede provocar anegamientos, problemas de salinidad y contaminación de los ríos y de las aguas subterráneas, introduciendo nitratos y plaguicidas, sobre todo en zonas de agricultura intensiva.

La política de la FAO no se limita a desarrollar los sistemas de riego, sino que abarca todos los aspectos de la ordenación de recursos hídricos para la agricultura y el desarrollo rural, incluida la satisfacción de las necesidades básicas de agua de la población rural y la conservación y protección de la calidad de la misma.

A fin de evitar que la escasez de agua reduzca la producción de alimentos, la FAO estudia la posibilidad de adoptar una serie de métodos, como el riego en pequeña escala, la reutilización de las aguas residuales, la recolección de las precipitaciones y la mejora de los sistemas agrícolas dentro de un criterio de desarrollo integrado.

La acuicultura también preocupa

Además de la agricultura, en muchas comunidades rurales la pesca continental y la acuicultura son fuentes importantes de alimentos y de ingresos, sobre todo en África y Asia. Los actuales niveles de producción de peces en aguas interiores, tanto dulces como salobres, son de aproximadamente 14 millones de toneladas al año, 6 millones de los cuales proceden de la pesca de captura, y el resto de la acuicultura. Si bien no habrá un aumento de la pesca continental, se prevé un incremento de la acuicultura a principios del próximo siglo. La cantidad y la calidad del agua son aspectos cruciales para una producción fiable y para la protección del consumidor.

La FAO continúa desempeñando un papel preponderante en la ordenación de los recursos de agua dulce. Considerando que la producción de alimentos y el desarrollo rural consumen la mayor parte de los suministros de agua disponibles, una reordenación eficaz de los recursos hídricos en el sector agrícola constituye un elemento vital para resolver los problemas mundiales del agua.

De esta manera, el **Día Mundial de la Alimentación** será de gran ayuda para destacar este aspecto e impulsar una colaboración más estrecha con otras organizaciones y organismos de las Naciones Unidas, instituciones internacionales y gobiernos.

Fuente: Comisión Nacional de Alimentación (Conal).

No trate a sus pies con los pies

La intensa actividad que realizamos durante todo el día -por ejemplo, caminar grandes distancias o subir y bajar escaleras- provoca que nuestros pies terminen hinchados, o bien, que aparezcan callos o juanetes, debido a que el tipo de zapato que usamos no es el adecuado o simplemente porque soslayamos la necesidad de un cuidado minucioso y permanente de nuestros pies. Sea cual sea la razón, lo cierto es que "tratar con los pies a nuestros pies" es algo que a mediano y largo plazo cuesta más dinero, salud y tranquilidad de lo que usted se imagina.

Preocupados por el bienestar de sus pies, en la **Revista del Consumidor** realizamos una investigación sobre los padecimientos de los pies más comunes entre la población mexicana, desde el punto de vista dermatológico y ortopédico, además de un "diagnóstico" del mercado de productos y servicios que se pone "a sus pies".

El mercado, pisando fuerte

Dentro del mercado de productos higiénicos y medicinales encontramos desde marcas muy conocidas, hasta el vendedor que se coloca en una esquina ofreciendo productos elaborados por él mismo.

Entre los artículos más comercializados en farmacias y tiendas de autoservicio figuran los del **Dr. Scholl** y **Ting**, ambas marcas con una amplia gama de talcos: *Super desodorant powder, Athlete foot* y *Shoe desodorant*, entre otros, con un costo entre los 11 y los 18 nuevos pesos. Dentro de esta línea

también existe la presentación en aerosol, *Super desodorant spray*, *Athlete's foot spray* y *Shoe desodorant spray*, cuyos precios varían entre 15 y 20 nuevos pesos.

La marca **Ting** tiene la misma variedad de productos, además de cremas para los pies con precios similares.

El encargado de una de las farmacias donde se sondearon los productos y precios antes citados, explica que todos los artículos tienen la misma fórmula y sólo cambia la presentación y la marca.

Otro tipo de productos para los pies son los parches para los juanetes, las plantillas y el líquido que ayuda a "deshacer los callos"; además están los quiropedistas, que por lo regular aplican tratamientos de masoterapia -para eliminar los juanetes- y papilomas -a fin de desaparecer los "ojos de pescado"-; los precios de dichos tratamientos fluctúan entre 550 nuevos pesos por 10 sesiones, y 275 nuevos pesos por cinco sesiones. En problemas más sencillos, como quitar las callosidades de las plantas de los pies, "desenterrar" uñas o simplemente cortarlas, el costo oscila entre los 30 y 60 nuevos pesos.

Pero, ¿qué tan recomendables son los productos especiales para los pies?, ¿es conveniente acudir a un pedicurista?

Para empezar con el pie derecho...

Cuando experimentamos un padecimiento en nuestros pies, no son los pedicuristas ni los quiropedistas las personas más indicadas para remediarlo; lo más adecuado es dirigirse al especialista.

La **Revista del Consumidor** entrevistó a la doctora María Magdalena López Ibarra, médico de base adscrito al Departamento de Dermatología del Hospital de Especialidades del Centro Médico Nacional "La Raza", quien explica:

"Las enfermedades que se observan con más frecuencia son las 'tiñas', producidas por hongos, que se encuentran entre las dermatosis más comunes en la consulta; esto trae como consecuencia las uñas enterradas.

"Estos padecimientos son frecuentes en personas del sexo masculino, de los 20 años en adelante, debido a que utilizan un tipo de calzado más cerrado -las botas, por ejemplo- que las mujeres, además de usar calcetines. Ello favorece el aumento de sudoración y que se desarrolle el hongo; los síntomas son: escamación en la planta del pie y, si se deja evolucionar la infección, las uñas se ponen gruesas y amarillas. A veces la infección puede aparecer en las manos o en cualquier otra parte del cuerpo.

"Otra dermatosis frecuente son los 'ojos de pescado', que los médicos denominamos 'verrugas plantarias', producidos por una infección de tipo viral; aparecen en la planta de los pies y en la base de los dedos, lo cual provoca mucho dolor al caminar o apoyar el pie. Este padecimiento también está condicionado por el sudor excesivo.

"En lo que se refiere a los medicamentos -cremas, líquidos para quitar callos, aerosoles, etcétera-, son recomendables cuando verdaderamente hay un proceso infeccioso establecido, de lo contrario pueden causar una dermatitis por contacto. Con los talcos no hay ningún problema porque no dañan y se pueden utilizar como productos higiénicos a diario.

"Cuando se presenta una infección por tiña -subraya nuestra entrevistada-, es indispensable acudir al dermatólogo, que es el único indicado para prescribir el medicamento adecuado; habitualmente los pacientes se autorrecetan productos que sólo son de aplicación cutánea, pero hay ocasiones en que también se requiere un tratamiento por vía oral, y únicamente los dermatólogos estamos facultados para indicarlo".

El recto camino de la ortopedia

Otros trastornos de los pies, relacionados con la ortopedia, son el pie plano, los juanetes y las deformaciones por el uso de calzado inadecuado. Al respecto, el doctor Juan Antonio Madinaveitia, subdirector del Instituto Nacional de Ortopedia (INO), dependiente de la Secretaría de Salud, nos indica que desde el punto de vista ortopédico podemos dividir en cuatro bloques a las diferentes enfermedades.

- Padecimientos de origen congénito.
- Alteraciones por el uso de calzado inadecuado (principalmente en mujeres).
- Secuelas infecciosas (como la poliomielitis)
- Secuelas traumáticas (accidentes).

"Entre los padecimientos de origen congénito -explica el especialista- está el pie plano, que debe tratarse en los primeros años de vida -a partir de los 2 años de edad-, para corregirlo a base del uso de zapato especial y plantillas.

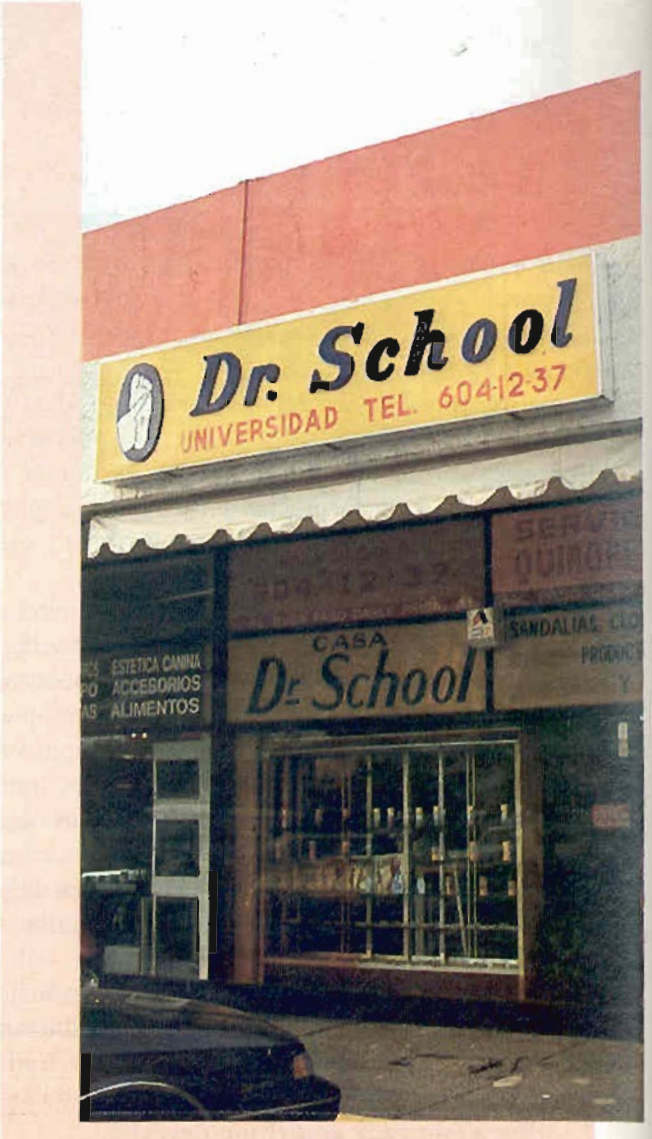
"El pie 'novaro' se presenta en los niños que nacen con las extremidades inferiores 'caídas' hacia el frente y 'volteadas' hacia el centro; el tratamiento para este mal comienza desde los primeros días de vida colocando yeso; si lo anterior no se hace en forma oportuna se tendrá que intervenir quirúrgicamente".

Por su parte, el doctor Luis Gómez Velázquez, jefe de enseñanza del Hospital de Ortopedia "Magdalena de las Salinas", del IMSS, nos informa que el 70 por ciento de la consulta de ortopedia pediátrica -aproximadamente 200 casos diarios- corresponden a pie plano. A los factores congénitos que propician esta alteración (y que son mínimos) se suman los "vicios de postura"; por ejemplo, acostar a un niño pequeño "boca abajo" le causará deformaciones en sus rodillas y pies, provocando el pie plano y una marcha de "rotación media", es decir, le desviará los pies hacia adentro. Asimismo, el uso de andadera origina un desequilibrio muscular y una marcha de rotación media que dará lugar a la pérdida del arco longitudinal.

En los adultos, el problema surge por el uso de calzado inapropiado.

"Los tacones altos de los zapatos femeninos ocasionan un apoyo anormal del pie, que trae como consecuencia un arco de la planta muy alto, pie 'caído' y dedos muy retraídos -como 'garras'-; esto provoca que los dedos tengan más roce con el zapato y se formen callosidades. El uso de tacón y la punta aguda de las zapatillas también fomentan la formación del juanete".

El doctor Gómez Velázquez menciona que "en los primeros meses de vida es recomendable que el niño no utilice ningún tipo de zapato, ya sea de estambre o de piel, sino que esté descalzo. Cuando comienza a caminar requiere de un zapato de piel con cubo alto -bota-, punta ancha y horma blanda, que no sea tenis".



A propósito del uso de tenis, el doctor Madinaveitia señala: "El tenis es el mejor zapato del mundo para lo que está diseñado: el deporte, y para cada actividad física hay un tipo especial, pero no hay ninguno creado para usarse todo el día.

"El tenis presenta el mismo problema de todos los zapatos de goma: el apoyo no es parejo, siempre está desviado un poco hacia el centro; por ello, con el tiempo se deforma la suela de goma y eso altera la pisada".

Otra secuela infecciosa, la de la polio, acarrea deformidades en los pies y las piernas; la parálisis cerebral infantil tensa los músculos y deforma el pie.

Por último, las secuelas traumáticas, fracturas y "machacamientos" del pie, se corrigen con intervenciones quirúrgicas.

Paso a pasito

En relación con los servicios que ofrecen los pedicuristas para el tratamiento de los juanetes y del pie plano, el doctor Madinaveitia advierte: "El juanete es una entidad patológica bien conocida y establecida; los quiropedistas y pedicuristas desconocen toda la fisiopatología y la evolución propia de la enfermedad y no tienen la capacidad para corregirlo. El tratamiento se aplica cuando la deformación ya es muy visible, y consta de procesos radiológicos y quirúrgicos".

Con respecto al pie plano, el doctor Gómez Velázquez comenta: "No es recomendable el uso de plantillas u otras modificaciones al zapato, ya que las plantillas de plástico o metálicas para los niños afectan la red venosa de la planta del pie y provocan deformaciones. Ahora se sugieren los ejercicios de fortalecimiento".

Por otra parte, con el fin de que usted no tenga un "tropezón" en el cuidado dermatológico de sus pies, la doctora López Ibarra nos hace algunas recomendaciones que siempre debemos tomar en cuenta:

- Después de bañarse hay que secarse muy bien los pies.
- Cuando acuda a las albercas o baños públicos, use sandalias para no tener contacto con el piso.
- No utilice toallas de una persona que tenga infección por hongos, porque es contagiosa.

Por último, la especialista señala que, entre otros problemas, en el servicio de los pedicuristas se pueden adquirir infecciones -tiña-, porque los instrumentos que se utilizan pueden estar mal lavados o sin esterilizar.

Graciela Muñoz

Fuentes: -Hospital de Especialidades, Centro Médico Nacional "La Raza", IMSS.
-Instituto Nacional de Ortopedia, Secretaría de Salud.
-Hospital de Ortopedia "Magdalena de las Salinas", IMSS.
-Sondeo en clínicas, estéticas, farmacias y tiendas de autoservicio sobre productos para los pies (junio de 1994).

Tratamientos contra la calvicie

Psst, psst, ¿se le está cayendo el pelo?

Siempre se ha dicho que la vanidad es exclusiva de las mujeres, sin embargo, tal aseveración puede resultar inexacta. Los hombres también desean verse bien. Por ejemplo, ahora ellos hacen lo posible y hasta lo imposible por volver a lucir el cabello que han perdido.

La calvicie por sí misma no se considera un problema patológico, más bien se ha convertido en uno estético. En la antigüedad era muy raro ver hombres carentes de pelo y se cuenta que entre los egipcios y los hebreos esto era, incluso, motivo de burla, tal como sucede en la actualidad.

Con el paso del tiempo, la calvicie comenzó a considerarse como un indicador inequívoco de vejez, sin embargo, hoy no es raro observar a personas jóvenes calvas. La falta de cabello ha sido asociada con la inteligencia, el estudio y la erudición, no obstante, Isaac Newton, Albert Einstein y actualmente Octavio Paz y Carlos Fuentes, muestran que en realidad no es así.

Hoy día, el 25 por ciento de la población mundial padece de calvicie. En nuestro país, el 35 por ciento de los habitantes tienen ese problema.

Tal vez se cumpla lo que profetizó el poeta italiano D-Annunzio: "El hombre del futuro será calvo". Los motivos: los cambios en los hábitos de vida, el sedentarismo, el tipo de alimentación y el estrés constante.

La calvicie ha provocado un fenómeno de consumo debido a la gran cantidad de tratamientos y productos capilares, así como a la creación de establecimientos especializados que prometen evitar la caída del cabello. ¿Es posible salvarse de la pérdida del cabello? o ¿son sólo trucos del mercado para "tomarnos el pelo"?

Posible salvación

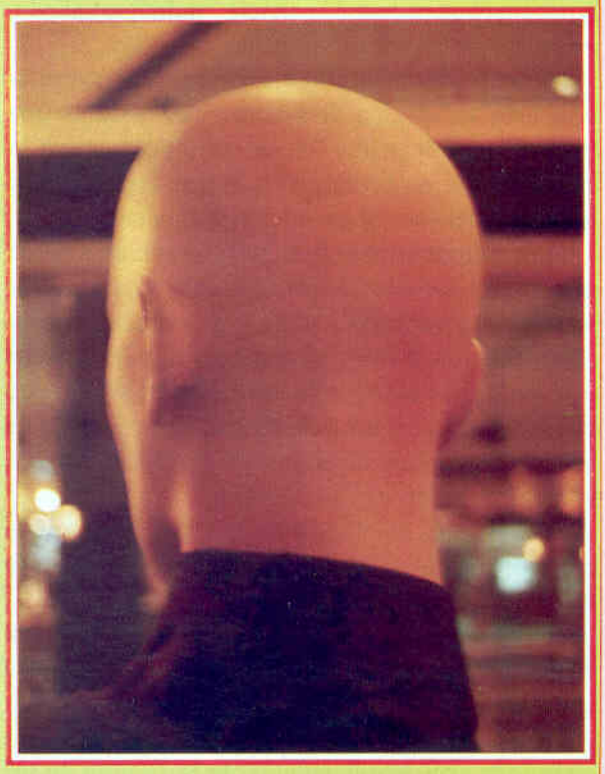
Entre los productos contra la calvicie existe un medicamento que, aun cuando permanece a prueba, ha dado buenos resultados en personas que se encuentran en etapas iniciales de la calvicie.

"Sus efectos fueron descubiertos por casualidad -afirma el doctor Fernando Montes de Oca, jefe de Dermatología del Centro Médico "La Raza"- cuando se le suministraba a pacientes que padecían de la presión".

Este producto, sin embargo, debe ser aplicado bajo estricta vigilancia médica (tiene efectos colaterales) y después de un minucioso estudio sobre las causas que provocaron la pérdida del cabello en el individuo.

"Dicho medicamento ha funcionado en personas que comienzan a padecer alopecia -asegura el doctor Montes de Oca-, sin embargo, no se puede prescribir a personas hipertensas, pues posiblemente les provoque cefalea (dolores de cabeza), presión baja, taquicardia y hasta hinchazón en los pies".

Los resultados del fármaco se manifiestan a los tres o cuatro meses de uso constante, pero el pelo que nace es muy pequeño y delgado, y al dejar de usar el producto, vuelve a caerse. Como no se trata de una sustancia inocua -afirman especialistas en dermatología- no es recomendable utilizarla por largos periodos.



El porqué de la calvicie

La calvicie es la pérdida total o parcial del cabello. "El problema es resultado de múltiples factores y sigue diferentes cursos, pero siempre tiene el mismo efecto: la atrofia -cierre- del folículo piloso, que es la expansión celular que forman los cabellos en su asentamiento sobre la piel", explica a la **Revista del Consumidor** el doctor Fernando Montes de Oca, jefe de Dermatología del Hospital de Especialidades del Centro Médico Nacional "La Raza".

"Hay que considerar -continúa el especialista- que el pelo es un órgano epidérmico filamentoso que se desarrolla en la totalidad de la superficie de la piel y que en la cabeza constituye el cuero cabelludo. Cada cabello consta de una raíz situada en el interior de un folículo piloso, y un tallo o eje que atraviesa la capa córnea de la epidermis y sale al exterior. Para que el cabello crezca adecuadamente, el folículo se comunica con una glándula sebácea que segrega grasa. Éste es un proceso constante que, cuando se ve alterado por causas de diversa índole, origina la caída del pelo.

"Un individuo pierde diariamente hasta 100 cabellos de los cerca de 120 mil que posee en todo el cuero cabelludo (la cantidad total varía dependiendo del número de folículos pilosos y de cabellos que nazcan en cada uno, que pueden ser de dos a cuatro)".

Sin embargo, cuando la pérdida del cabello es excesiva, entonces sí hay que preocuparse, pues ello puede ser un síntoma de alopecia.

Hay dos tipos de calvicie: la temporal y la permanente.

"La calvicie permanente o androgénetica es aquella en la que influyen factores relacionados con las hormonas masculinas; de ahí que sea frecuente en el hombre y se vincule con aspectos hereditarios importantes", comenta el doctor Octavio Flores, subdirector del Centro Dermatológico "Ladislao Pascua", de la Secretaría de Salud.

"En el caso de la calvicie temporal influye una infinidad de factores, como la ingestión de ciertos medicamentos, las hormonas, las alteraciones en el sistema nervioso, el estrés, la producción excesiva de grasa (seborrea), el consumo de drogas, la exposición a radiaciones, la falta de vitaminas y minerales; en las mujeres es común durante el embarazo.

"Sin embargo, cuando la calvicie es atendida a tiempo, se puede solucionar".

¿Qué hacer?

En el mercado existen innumerables productos y

tratamientos "maravillosos" que prometen devolver a la persona que padece de calvicie "todo" su cabello, e incluso hacerlo más abundante y hermoso.

Entre los establecimientos que más se promueven está la clínica **Svenson**, que ofrece una "maxiespecialización" en cosmetología capilar, la cual consiste en investigar y atacar los múltiples factores internos que propician la calvicie.

Los métodos que aplican son el preventivo y el de implante de cabellos. El primero consiste en utilizar lociones "bioactivas" -para lograr efectos térmicos- y champúes, masajes -con aparatos-, relajación y peinados. En el segundo se realiza el implante de cabello mediante un entretejido. Este sistema de sustitución -señala su publicidad- se efectúa en sólo tres horas, sin dolor y sin cirugía.

Los nuevos cabellos se "integran" a mano, el efecto es indetectable y proporciona una cabellera que permite cualquier peinado.

Por otra parte, en los **Laboratorios Zamora** aseguran tener también la solución al problema de la calvicie.

El tratamiento es a base de dos lociones, una elaborada con **agave** (planta de la familia de las amarilidáceas, de hojas grandes y carnosas, que mide más de un metro de largo), del que se extrae una sustancia que, según ellos, reactiva el crecimiento de cabello nuevo; la otra loción contiene el tallo del **cenizo** (arbusto que sólo crece en las regiones semidesérticas de nuestro país). El proceso consiste en un fuerte cepillado para reactivar la sangre, luego se aplica la loción con extracto de agave en la parte sin pelo y, por último, se usa la otra loción tres veces al día para fortalecer el cabello. Este tratamiento dura de uno a cuatro meses, e incluso puede prolongarse por más de un año.

Está resignado a perder el cabello, pero...

OÑO DE VALDES TIENE UN ARMA CONTRA L

ALVICIE... ¡EL SHAMPOO DE TEPEZCOHUITE!

* Aunque Toño de Valdés tiene sólo 28 años, ya ha perdido mucho cabello. En su familia hay antecedentes de calvicie, sin embargo dice no sentirse preocupado por el problema.

Otro sistema es el implante artificial de cabello realizado por el **Centro Mexicano del Implante Capilar** (de asistencia privada), el cual se lleva a cabo en cuatro horas aproximadamente.

Es difícil evaluar la eficacia de los tratamientos mencionados porque al solicitar pruebas fehacientes de sus logros, se señala que carecen de un seguimiento de los resultados. Por su parte, los especialistas en dermatología afirman que aún no existe ningún tratamiento o medicamento que pueda considerarse realmente efectivo para evitar la calvicie.

¿Lo natural siempre funciona?

En el mercado también abundan los remedios caseros para lucir una cabellera abundante y brillante, así como para evitar la caída del cabello y propiciar su crecimiento.

Entre los tratamientos que sugieren algunas tiendas naturistas están: loción a base de lantana y ortiga, o bien, loción de esencia de lavanda, éter sulfúrico y aceite de clavel.

De "pelos" y otras palabras

Como todas aquellas palabras y objetos que el mexicano "adecua" a su idiosincrasia, la palabra **pelo** ha pasado también a formar parte de su léxico cotidiano.

Ahora solemos decir "está de pelos" cuando queremos referirnos a que algo está bien; "te tomaron el pelo", exclamamos cuando alguien es víctima de un engaño; y "está pelón" porque cierta situación es complicada.

Hoy hay que "soltarse el pelo" para ser más libre o hay que "pelarse" si queremos escapar de alguien. A veces no podemos evitar traer los "pelos de punta" porque "andamos de malas", o aclarar que no tenemos un "pelo de tonto", para que nadie nos "vea la cara". Y sobre todo, no podemos permitir que alguien nos "toque ni siquiera un pelo".

Y así como adecuamos palabras a nuestro lenguaje según nos lo permite la imaginación, podemos finalizar con el siguiente refrán: "Cada cabello hace su sombra en el suelo y, como por ahí se dice, lo único que detiene la caída del pelo es el suelo".

Otras técnicas populares son untarse chile, aplicarse sávila, y el más curioso es aquel que aconseja emplear excremento de vaca.

Además de estas prácticas empíricas, existe una amplia oferta de lociones, cremas, champúes, inyecciones, y hasta terapias con corriente eléctrica.

Defectos y virtudes

Lo que si ha sido posible analizar son los efectos colaterales que provocan el implante de cabello y los productos capilares fortalecedores.

"Muchas prácticas 'preventivas' suelen tener efectos satisfactorios en algunas personas -comenta el subdirector del Centro Dermatológico "Ladislao Pascua", de la Secretaría de Salud-, pero no por sí mismas, sino debido a la constante irritación que causan los masajes con cierto producto. Ello favorece la irrigación en el cuero cabelludo y aporta nutrientes; si la raíz está sana, surgirá el cabello, porque el crecimiento sigue su curso normal. Lo mismo hubiera sucedido si no se aplica nada y se cepilla frecuentemente.

"En el caso de los implantes, tras su aplicación es fundamental procurarles cuidados especiales para que el cuero cabelludo no se dañe. Éste debe mantenerse muy limpio, porque a pesar de que en la zona de implante ya no existía cabello, la grasa que segrega el cuero cabelludo sigue produciéndose y se acumula en el pequeño orificio donde se introdujo el cabello artificial, lo cual a mediano plazo puede producir irritación o 'barritos'", agrega el doctor Octavio Flores.

Hay que tener presente que existe la calvicie temporal, que con la ayuda de un tratamiento médico puede remediarse, señalan los dermatólogos.

Para lucir una mejor cabellera

Algo que si podemos hacer para cuidar nuestro cabello y evitar su caída es:

- Lleve una dieta balanceada.
- Cepíllese el cabello con un cepillo de cerdas naturales, por lo menos durante 15 minutos antes de acostarse y al levantarse.
- Rebaje el champú con agua para disminuir la alcalinidad.
- Evite el uso excesivo de gel, aerosoles, tintes, o líquidos para bases o permanentes.

No se deje engañar por las fórmulas, pues no siempre son necesarias para el cuidado de su cabello.

SUSCRÍBASE
LÉALA
DISFRÚTELA
HÁGALA SUYA
Revista del CONSUMIDOR

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

El porte será pagado por:

Revista del CONSUMIDOR

Administración de Correos No. 44, c.p. 03001, México, D.F.

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____ C.P. ☐☐☐☐☐

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____ TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 60.00 ☐ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN ☐

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ CHEQUE ☐

No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONOS 559-72-96 EXT. 217 y 568-87-22, O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR No. 1228, 5o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F., C.P. 03200

Tratamiento	Costo
Implante de pelo artificial	N$ 7.20 por cada cabello que se implante.
Svenson	No especificó.
Laboratorios Zamora	Varía de acuerdo con el tiempo que dure el tratamiento. Puede llegar a la cantidad de 3 mil nuevos pesos.
Ma. Evans (300 ml)	Loción N$ 72.00 Champú N$ 16.30
Yakarta (naturista) (250 ml)	Champú N$ 52.00

Nota:
Como podemos observar, los distintos tratamientos y productos existentes en el mercado resultan ser muy costosos. Por lo tanto le recomendamos que evalúe hasta qué punto le serán de utilidad.

Por quién debemos evaluarnos

El amplio panorama de tratamientos y productos contra la calvicie no debe ser un engaño para los que padecen calvicie permanente, pues aunque recurran a todos los métodos existentes, la falta de cabello continuará así.

"Por ello es importante -indica el doctor Montes de Oca- que quien experimente algún tipo de calvicie, acuda al médico para que sea él quien determine las causas: factores hereditarios, patologías (como la dermatitis seborreica) o tensión, entre otras".

Para saber si usted tiene calvicie temporal o permanente considere lo siguiente: si su padre padece calvicie, es probable -en un 80 por ciento- que usted también.

Si en su familia no hay antecedentes de alopecia, lo más seguro es que la pérdida de cabello se deba al nerviosismo, tensión constante, mala alimentación, falta de cuidado del pelo, exceso de grasa, o sea síntoma de una enfermedad.

Mientras exista el deseo de lucir un cabello hermoso, los "tomadores de pelo" seguirán activos para mantener viva la esperanza de los que padecen calvicie.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Centro Dermatológico "Ladislao Pascua", SS.
-Centro Médico "La Raza", IMSS.
-Laboratorios Zamora.
-Centro Mexicano del Implante Capilar.
-Svenson.

Los pequeños consumidores

¡Vamos al Zoológico de Chapultepec!

La ciudad de México estrena zoológico, y no es precisamente que hayan construido otro, sino que remodelaron el de Chapultepec, cuyo nombre oficial es "Alfonso L. Herrera", en homenaje a su creador, un biólogo mexicano que se dedicó al estudio de los animales.

Gracias a su remodelación, el zoológico es ahora un verdadero centro de investigación para los niños que quieren saber más sobre los animales, pues hoy día las especies no se encuentran en jaulas, sino en escenarios parecidos al lugar de donde provienen.

Por ejemplo, los tigres, que viven en las selvas tropicales, tienen su propia selva en el Zoológico de Chapultepec, llena de lianas, raíces de árboles, palmeras, hojas secas en el suelo y todo lo que caracteriza a una selva; claro, son lugares pequeños, pero muy útiles para que los niños puedan saber cómo es el habitat donde nació cada animal, el porqué del color de su piel -por ejemplo, el jaguar tiene manchas para confundirse con la vegetación-, lo que hacen y lo que comen. Ahora puedes observar mejor a la fauna del bosque, la selva, el desierto, la sabana, la montaña o las llanuras, en su propio escenario.

El actual zoológico es muy seguro: los animales están separados del público por vidrios, cables o fosas que evitan cualquier riesgo, tanto para los habitantes del zoológico como para los visitantes.

Como un dato interesante te informamos que para reconstruir este maravilloso lugar tuvieron que trabajar más de 2 mil personas, quienes edificaron casas y cuevas, plantaron árboles y diseñaron estanques, entre muchísimas otras actividades; asimismo, debes saber que anualmente hay que cuidar a más de mil 700 animales pertenecientes a cerca de 250 especies de todo tipo como aves, reptiles, mamíferos y animales acuáticos.

Te invitamos a visitar el Zoológico de Chapultepec que, además de ser un lugar de recreo, es también un centro de aprendizaje sobre la fauna que habita en el mundo en que vivimos. La entrada es gratuita y está abierto de martes a domingo, de las 9:00 a las 17:00 hrs.

Pinocho

Gepeto hacía hermosos juguetes de madera y un día talló un muñeco que parecía un niño de verdad.

-Si tan sólo fuese un niño real- suspiraba, ya que siempre había deseado tener un hijo.

Esa noche apareció el Hada Azul y con su magia hizo que Pinocho pudiera hablar y moverse sin hilos. Aunque seguía siendo un muñeco, hacía lo mismo que los niños; era un muñeco travieso y latoso.

-Debes ir a la escuela- le dijo Gepeto, y lo encaminó, poniéndole un silabario en sus brazos. Pero al pasar por un teatro de marionetas se quedó a tomar parte en la función. El dueño del teatro quedó encantado con la marioneta sin hilos. Le dio a Pinocho cinco monedas y luego pensó para su adentros: "Pronto me haré rico".

Sin embargo, un gato y una zorra habían visto todo y se acercaron a Pinocho; le dijeron que si sembraba su dinero crecería un árbol cargado de monedas. Pinocho les creyó; hizo un agujero y depositó las monedas. Luego esperó a que creciera el árbol, pero se quedó dormido. Cuando despertó sólo encontró un hoyo sin monedas, ya que los dos animales le habían robado su dinero.

Pinocho quedó muy triste y se le apareció el Hada Azul, quien le preguntó:

-¿Por qué no estás en la escuela?...

Tratando de disculparse, Pinocho le contó una serie de mentiras, pero a medida que las decía, su nariz iba creciendo cada vez más. Cuando se dio cuenta de que no podía engañar al hada, Pinocho le confesó que se había ido de "pinta". En cuanto empezó a decir la verdad, su nariz iba volviendo a la normalidad.

Al día siguiente fue a la escuela, pero hizo amistad con uno de los niños más traviesos.

-Estoy harto de trabajar, me voy a escapar a la tierra de los juguetes- le dijo el niño a Pinocho, y luego le contó que en ese país no había escuela y que no tenían que trabajar.

-Yo también iré- le contestó Pinocho.

Un cochero accedió a llevarlos, porque sabía que en ese lugar ambos se convertirían en burros.

Mientras tanto, Gepeto se preguntaba dónde podría estar Pinocho, así que se hizo a la mar en busca del muñeco, pero su barca fue tragada por una enorme ballena.

No lejos de ahí, Pinocho y su amigo se habían convertido en burros con grandes orejas, y a Pinocho lo habían vendido a un amo cruel que quería matarlo para hacer cueros para tambores. Para escaparse, el borrico Pinocho saltó al mar y en ese momento se convirtió otra vez en muñeco. De pronto sintió una gran marejada. Cuando se dio cuenta, estaba en el estómago de la ballena.

Trató de salir varias veces, pero la ballena tragaba agua y lo enviaba cada vez más adentro, hasta el estómago. Ahí encontró a Gepeto y entre los dos hicieron una balsa con las tablas del bote destrozado.

Cuando la ballena abrió la boca, pudieron salir, nadaron y pronto llegaron a la playa y finalmente a casa.

Pinocho prometió que nunca más abandonaría a Gepeto y que se portaría bien. Como lo cumplió, una noche se le apareció el Hada Azul y le dijo a Pinocho que le cumpliría su más anhelado deseo.

Al otro día, cuando despertó, Pinocho se sentía muy diferente. Se levantó y, cuando iba a salir, vio en el espejo a un niño que hacía exactamente lo que él. Tardó un poco en darse cuenta de que era él mismo; luego corrió hacia donde estaba Gepeto y le dijo:

-Padre, ¡soy un niño, soy un niño!

Efectivamente, el Hada Azul había premiado a Pinocho convirtiéndolo en un niño de verdad.

Pinocho *es una historia escrita por Carlos Collodi, cuyo verdadero nombre era Carlos Lorenzini. Nació en Florencia, Italia, en 1826, y además de este cuento clásico escribió muchos otros que no alcanzaron semejante popularidad.*

¿Qué es un consumidor?

Quizás alguna vez hayas escuchado la frase de que "todos somos consumidores", pero ¿sabes qué es un consumidor?

Un consumidor es la persona que compra, renta o paga por algo para su propio uso; por ejemplo, pueden ser **productos** como comida, ropa, juguetes, u otros objetos que llevas a casa o a donde quieras; pero también pueden ser **servicios**, como la luz, el agua, la escuela, un hotel, el transporte, etcétera.

Como todos compramos o usamos algo, todos somos consumidores, incluso los bebés. Con seguridad te preguntarás: "¿cómo compran los bebés?". Bueno, no es que compren, pero tal vez has observado que sus papás los llevan desde pequeñitos al supermercado o a las tiendas. De esa forma ellos comienzan a familiarizarse con los objetos, los colores y los olores. Luego, cuando son un poco más grandes, los niños que no saben hablar señalan con el dedo para pedir sus dulces o cereales, porque ya los conocen, y aunque los bebés no pagan en la caja, son **consumidores** pues a través de sus papás adquieren determinados artículos.

Cuando ya saben hablar, los pequeños le indican a sus padres cuáles son los juguetes, golosinas o ropa que prefieren.

Al cumplir tres o cuatro años, los niños pueden ir junto con un adulto a comprar su primer juguete o dulces con el dinero que les regalan; ellos saben que el dinero sirve para comprar, pero todavía no conocen su verdadero valor.

Finalmente, cuando asisten a la escuela, los menores ya pueden ir solos a la tienda o compran en la cooperativa escolar. Entonces sí conocen el valor del dinero y saben cuántas cosas y de qué tipo pueden adquirir con él. De ahí en adelante ya serán consumidores en toda la extensión de la palabra.

Por último, queremos decirte que lo importante no es comprar, sino saber comprar para ser **buenos consumidores**; en los siguientes números te daremos algunos *tips* para que te conviertas en un excelente consumidor.

¡No tires basura al mar porque esto daña a los animales que viven en él!

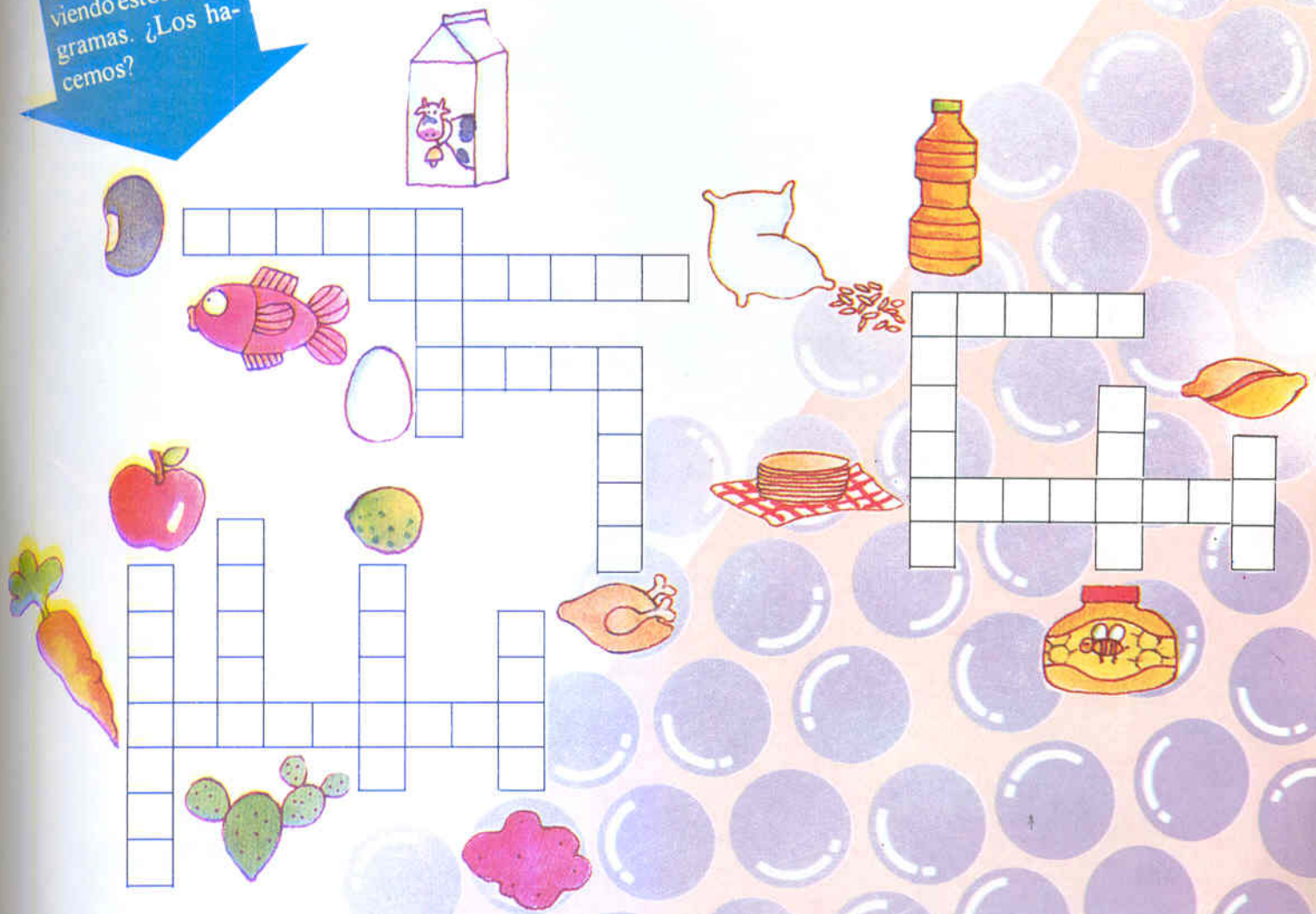
Algunas personas, después de consumir ciertos productos, confunden al mar y a los ríos con un bote de basura. Encierra en un círculo lo que **no** pertenece al mar, como la botella de vidrio.

¡Juguemos con cuidado para evitar accidentes!

¿Quieres adivinar un mensaje "salvavidas"? Escribe la letra con que empieza cada una de las figuras, en el cuadrito correspondiente a cada número. Ahora, ¡a jugar seguros!

Para jugar y estudiar es muy importante tu alimentación. Recuerda los grupos de alimentos y los nutrimentos que proporciona cada uno, resolviendo estos crucigramas. ¿Los hacemos?

Estos alimentos son necesarios para crecer sanos y fuertes



Todos los niños debemos cuidar nuestro planeta

Encuentra en esta **sopa de letras** los productos que dañan nuestro ambiente y los que no lo deterioran.

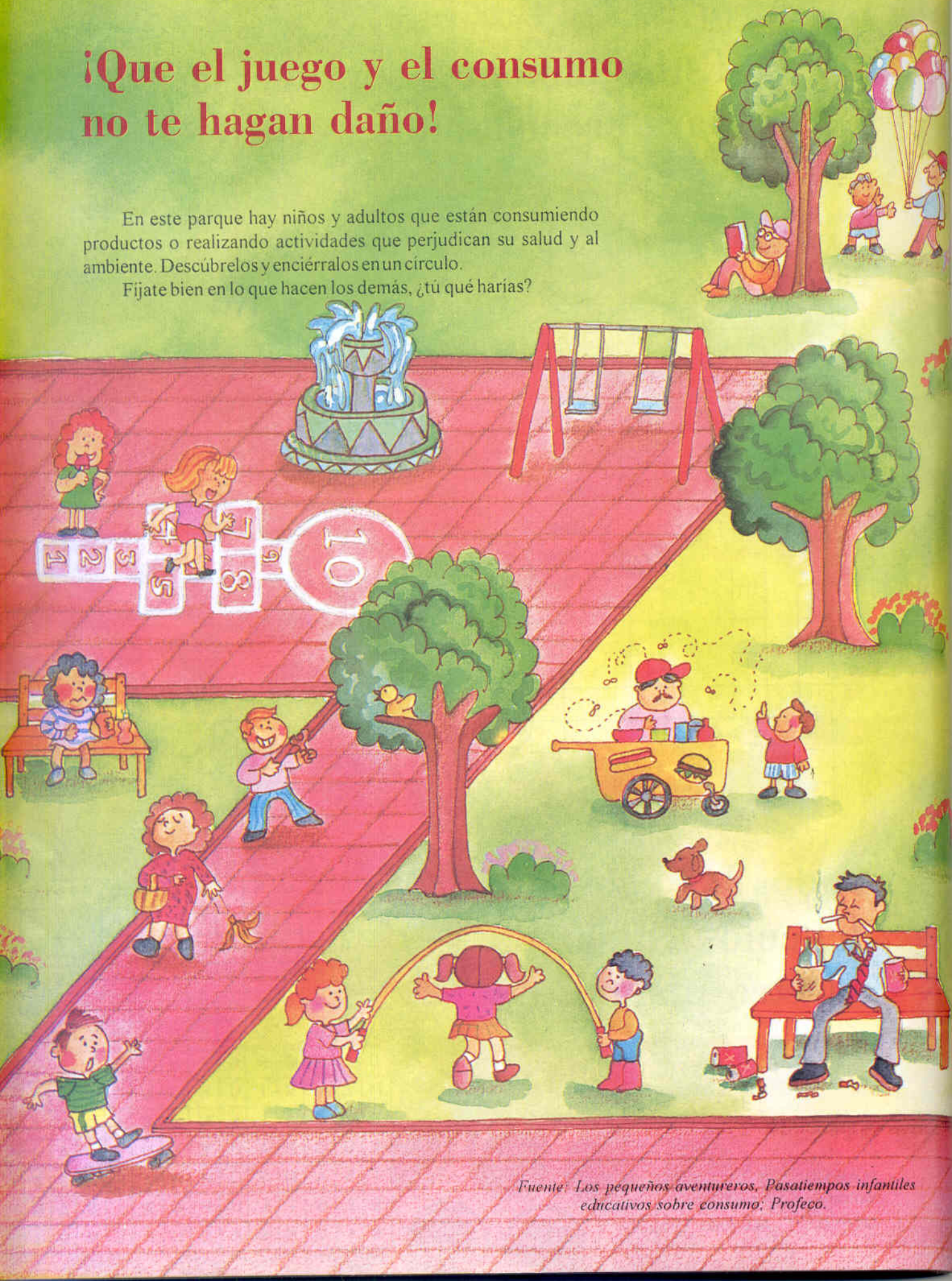
PLÁSTICO
VIDRIO
CARTÓN
UNICEL
PAPEL
ALUMINIO
DETERGENTE

M	A	B	O	A	C	N	E	B	U	P	O	S
Z	I	F	I	C	A	L	P	E	R	I	V	O
A	E	P	J	O	P	V	C	I	O	M	E	A
S	D	L	O	A	M	R	I	A	N	O	C	L
R	I	A	R	P	B	U	F	D	J	A	H	U
A	M	S	T	U	M	O	Q	I	R	L	N	M
D	E	T	E	R	G	E	N	T	E	I	A	I
M	Z	I	M	I	U	S	O	U	C	E	O	N
S	I	C	I	S	L	N	B	E	A	C	U	I
V	U	O	P	A	P	E	L	U	V	I	A	O
I	S	A	N	T	O	R	M	I	K	E	S	E
D	E	G	I	L	U	P	O	R	I	S	A	M
B	I	O	N	S	A	L	U	A	L	M	U	I

¡Que el juego y el consumo no te hagan daño!

En este parque hay niños y adultos que están consumiendo productos o realizando actividades que perjudican su salud y al ambiente. Descúbrelos y enciérralos en un círculo.

Fíjate bien en lo que hacen los demás, ¿tú qué harías?



Fuente: Los pequeños aventureros, Pasatiempos infantiles educativos sobre consumo, Profeco.

Solicitud de información

Revista del Consumidor:

Por medio de la presente solicito, de la manera más atenta, me hagan saber acerca de las ediciones más recientes de su revista, en las cuales se hayan publicado las pruebas de calidad de televisores a color, para decidir qué marca comprar en el rango de tamaño de 20 a 27 pulgadas, e igualmente me interesa lo concerniente a videograbadoras de N$ 1,500.00 a N$ 2,000.00.

Me gustaría saber si esos números de la revista se pueden adquirir en las oficinas de la Profeco aquí en Guadalajara, o si es necesario conseguirlas por correo desde la ciudad de México; en este último caso les agradeceré me envíen un cupón para tal efecto.

Muchas gracias.

Atentamente
Héctor Ledesma Rivera
Apdo. Postal 1-1439
C.P. 44100
Guadalajara, Jalisco

Señor Ledesma Rivera:

Sobre la petición de información que nos realiza le comunicamos que el estudio de **Televisores** se publicó en la edición núm. 196 (de junio de 1993); respecto a **Videograbadoras** o videocaseteras, las pruebas de calidad aparecieron en la edición núm. 184 del mes de junio de 1992.

Le enviamos fotocopia de los resultados de ambos estudios.

Precisamente en este número aparece el análisis más reciente de **Videocaseteras**, efectuado por los especialistas de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Lo invitamos a consultarlo.

real*
Margarina Pasteurizada

* CONSISTENCIA TRADICIONAL O SUAVE PARA UNTAR.
* DIFERENTES PRESENTACIONES PARA DIFERENTES PRESUPUESTOS.
* CALIDAD CERTIFICADA POR NUESTROS PRINCIPALES CLIENTES, CONSUMIDORES E INSTITUCIONES QUE REGULAN LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA GARANTIZAR LA SALUD DEL CONSUMIDOR.
* PIDALA EN SU TIENDA DE AUTOSERVICIO O CREMERIA FAVORITA.

CARRANCEDO*

CARRANCEDO ALIMENTOS, S.A. DE C.V.
AV. CEYLAN 493
COL. IND. VALLEJO 02300
AZCAPOTZALCO, D.F.
TELS: 567 62 22
567 68 22
FAX: 368 15 53
*MARCAS REGISTRADAS

Rompa su Marca...
Imponga Nuevas Marcas

LOS RECORDS DE NUESTRAS MARCAS SON:

Altos en grasas polisaturadas benéficas y saludables.
Sin colesterol.
Bajo en carbohidratos.
Sabor puro y suave que permite conservar el sabor natural de los alimentos.
Color claro y transparente de agradable apariencia.
Pueden utilizarse en cualquier receta y fórmula.
Fuentes excelentes de Acido Linoléico y Vitamina "E".

JABON DE LAVANDERÍA:

Deja un aroma a limpio y perdurable.
Protege y prolonga la vida de su ropa.

COMERCIALIZADORA EL ZAPOTE, S.A. DE C.V.
Emiliano Zapata No. 33
Tlalnepantla, Edo. de México
Tels: 362-15-96 y 229-5275 al 78

Singer no corrige errores

Revista del Consumidor:

A través de la presente solicito su orientación a fin de resolver un problema que enfrento con la tienda **Singer** de San Andrés Tuxtla, Veracruz.

Los hechos son los siguientes:

En julio de 1993 adquirí un refrigerador marca **Singer** a crédito, mismo que pagaría en 12 mensualidades de 235 nuevos pesos; en el mes de junio de 1994 liquidé el monto total del aparato, de acuerdo con lo previsto.

Todos los pagos se efectuaron sin contratiempos, sin embargo, al realizar el último, la empleada que me atendió tecleó un número equivocado en la computadora, lo cual provocó que el recibo y la factura aparecieran a nombre de otra persona. Al detectar esta irregularidad y solicitar a la empresa **Singer** que la corrija, los proveedores han puesto trabas argumentando que requieren una autorización de sus oficinas principales -de Xalapa, Veracruz-, o bien, que el auditor no permite esos cambios.

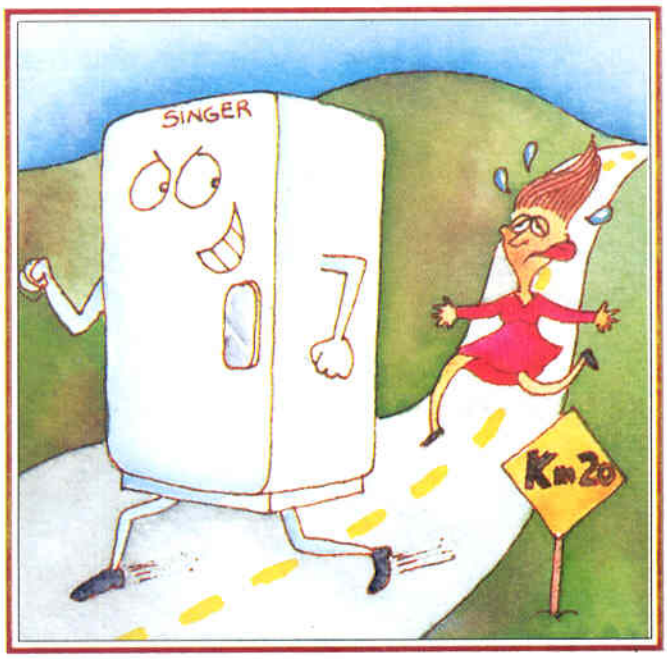
Entre el 2 de junio (fecha en que terminé de pagar) y el 29 de julio he realizado tres visitas a la tienda sin obtener ningún resultado. Cabe señalar que **Singer** está a 30 kilómetros de mi casa y cada viaje implica una pérdida de tiempo considerable.

Según mi lógica, que he expuesto a los empleados de **Singer**, este problema no tiene razón de ser, puesto que en la tienda tienen forma de comprobar que ya liquidé el aparato y enmendar la falla.

A raíz de esta experiencia he llegado a dos conclusiones: no comprar más en esa compañía, y menos aún en abonos, pues los precios aumentan hasta en 300 por ciento. Sin embargo necesito conocer con precisión cuáles son mis derechos y a dónde tengo que acudir para interponer mi queja.

Agradeciendo su amable atención y en espera de su orientación.

Atentamente
Linda Oliveros Barrios
Comonfort núm. 20
Colonia Centro
Santiago Tuxtla,
Veracruz.



Linda Oliveros Barrios:

Para atender el problema que usted nos plantea se debe tomar en cuenta el contenido del artículo 12 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que establece que los proveedores tienen la obligación de entregar a los consumidores la factura, el recibo o el comprobante en el que consten los datos específicos de la compraventa, servicio prestado u operación realizada. En su caso, el proveedor denominado **Singer** deberá entregarle la factura correspondiente a su operación, como resultado del cumplimiento de sus obligaciones como consumidor, y el documento debe expedirse precisamente a nombre de usted.

Por lo anterior, le recomendamos que acuda a la Delegación de la Procuraduría más cercana a su domicilio para que presente la reclamación correspondiente. El domicilio de la Delegación en Veracruz, Ver. es Rayón y Clavijero, Edificio Lotería Nacional, colonia Centro, C.P. 09100, Veracruz, Ver.

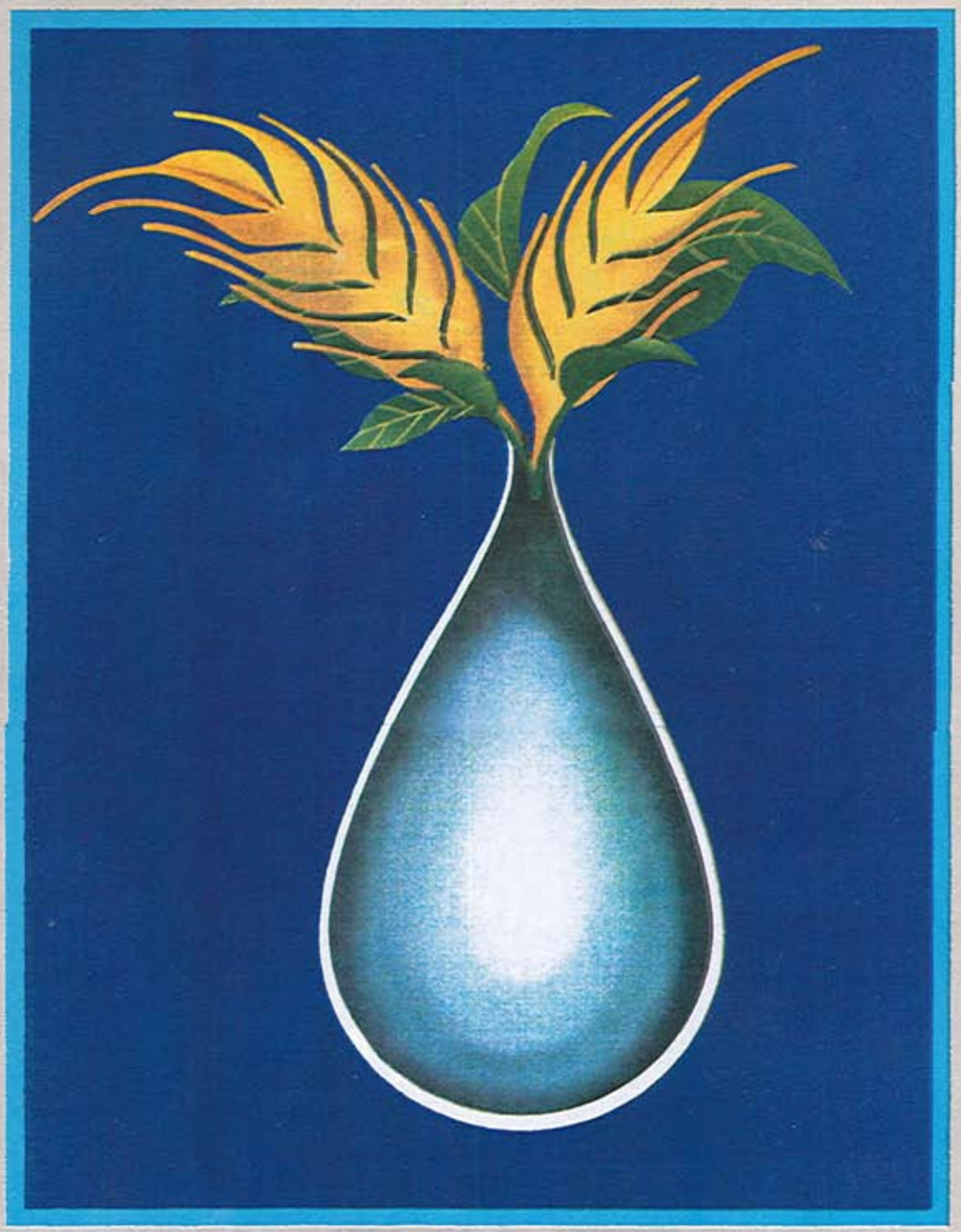
La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611-73-79, 611-75-23 y 598-67-81. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista. Se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los talleres de Ediciones Especializadas Mexicanas, S. A. de C.V., Escape núm. 4 D. Fracc. Alce Blanco, Naucalpan, c.p. 53370, Edo. de México.

DIA MUNDIAL DE LA ALIMENTACION

Octubre 16 de 1994



El agua, germen de la vida

"¿No te gustaría lucir un cabello saludable y brillante hasta las puntas?"

Eugenia Silva.
Modelo Internacional.

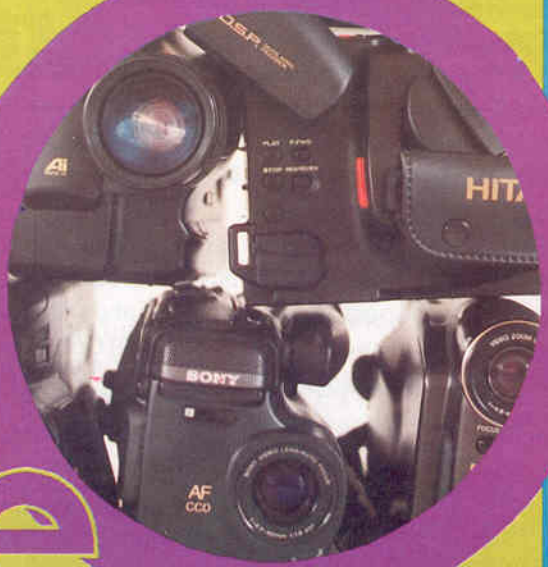
La línea de Acondicionadores Pantene Pro-V, deja tu cabello como siempre lo has deseado: saludable y brillante hasta las puntas.
Sólo su Pro-Vitamina B5 penetra y nutre el cabello de la raíz a la punta, previniendo la orzuela.
¡Pruébalo!

Con **Pantene Pro-V,** *tu cabello se ve tan saludable que brilla.*

"CUIDAR EL AGUA ES CUIDAR EL FUTURO"

ISSN0188-2708

¿Quién es quién en



video cámaras

y video caseteras?

COLECCIONABLE

Introducción

Las necesidades de recreación y esparcimiento de la población se satisfacen a través de diferentes actividades; una de ellas, que se puso de moda a mediados de la década de los ochenta y actualmente permanece en el gusto del público consumidor, es la reproducción y grabación de videos.

En 1992 se registró una venta total de 33 mil 494 cámaras de video -según datos proporcionados por la Cámara Nacional de la Industria Electrónica (Caniece)-, lo cual representa el 1.8 por ciento del total de las ventas efectuadas en este rubro.

Gracias a las constantes innovaciones tecnológicas, se han logrado diseñar cámaras de video más compactas, ligeras, manejables y fáciles de transportar, que se comercializan en un gran número de modelos entre los cuales el consumidor tiene la opción de elegir la mejor de acuerdo con sus posibilidades e intereses.

Ante tal diversidad de aparatos, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) realizó un estudio de videocámaras a fin de orientar a la población; el análisis se integró con un sondeo de opinión y de mercado, así como diferentes pruebas de calidad.

¿Qué cámaras prefieren los consumidores?

En la encuesta de opinión se aplicaron 83 cuestionarios en nueve centros comerciales, con el objetivo de ubicar las marcas y los modelos con mayor demanda, identificar las principales cualidades que busca el consumidor, y conocer el punto de vista del público en cuanto a las fallas y los problemas más frecuentes e importantes que presentan estos productos; todo ello para delinear un perfil de consumo de videocámaras y determinar las razones de compra, las características de los aparatos, y las ventajas y desventajas que tienen.

En los resultados finales se concluyó que las marcas con mayor demanda son **Canon** y **Sony**; en cuanto al formato que más le interesa al consumidor, un 59.04 por ciento declaró que el de 8 mm.

Por otra parte, el 87.95 por ciento de los entrevistados indicó que el motivo de compra y uso es el entretenimiento, ya sea grabando eventos familiares, sociales o momentos especiales; en tanto que el 10.84 por ciento emplea estos aparatos para desempeñar actividades profesionales.

El 73.51 por ciento de los usuarios de videocámaras encuestados aseguró que los equipos que poseen no han tenido fallas de ninguna clase; asimismo, se manifestó que el lugar de compra preferido son las tiendas especializadas.

En el estudio de mercado se detectó que en equipos y aparatos electrónicos, las tasas de crecimiento se mantienen elevadas y las marcas de videocámaras que circulan en el país son de origen extranjero.

Las marcas que se encontraron en abasto fueron: **Panasonic**, **Sony**, **Fuji**, **Sharp**, **JVC**, **Canon**, **Hitachi**, **Minolta** y **Daewoo**, de las cuales se desprenden un total de 41 modelos con características diferentes.

Por sus precios, el mercado de videocámaras es accesible sólo a las clases medias y altas, pues los costos fluctúan entre un máximo de 15 mil nuevos pesos -con los adelantos más sofisticados- y un mínimo de 2 mil 400 nuevos pesos.

¿Qué tipos de videocámaras se analizaron?

Se clasificaron en tres grupos según su formato: Video 8 (con funciones especiales, intermedias y sencillas); Hi 8; VHS (SVHS (C), VHS (C) y VHS).

¿Qué normas se aplicaron?

Las videocámaras se evaluaron tomando en cuenta la Norma Oficial Mexicana NOM-001-SCFI-1993 de "Aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía", requerimientos de seguridad y métodos de prueba.

¿Qué aspectos se sometieron a prueba?

- Tiempo de rebobinado
- Tiempo de cambio de casete
- Balance de blancos
- Imagen con baja iluminación
- Imagen en movimiento
- Duración de la pila grabando
- Tiempo de carga de la pila
- Velocidad de enfoque

¿Cuáles fueron los criterios de evaluación?

Se consideraron las funciones con que cuenta cada videocámara y se eligió, dentro de cada grupo, a la que tuviera más características con calificación de 100 puntos; luego se promedió con la evaluación obtenida en las pruebas (ver tablas de evaluación anexas).

¿Cuáles fueron los resultados?

Las videocámaras con formato Hi 8 se dividieron en dos grupos; en el primero, el modelo *L2* de la marca **Canon** obtuvo 100 puntos, considerada como semiprofesional.

En el segundo grupo, la evaluación mas alta fue para el modelo *UCS5* de **Canon**, con 99 puntos; le siguió, con 96 puntos, el modelo *CCDTR805* de la marca **Sony**; el tercer lugar, con 92 puntos, correspondió a *VM-H18A* de **Hitachi**.

En el caso de los aparatos con formato Video 8, se realizó una clasificación de tres grupos con funciones especiales, intermedias y sencillas.

En las videocámaras del primer grupo, el sitio número uno lo alcanzó el modelo *CCDTR353* de **Sony** (100 puntos); en segundo lugar se ubicó *NME15A* de la marca **Hitachi**, con 95 puntos; con 92 unidades, el tercer puesto fue para el modelo *E67A* de **Canon**.

En el grupo de las intermedias, la mejor fue *CCDTR212* de la marca **Sony**, con una evaluación de 100 puntos; con calificación de 98 se colocó enseguida el modelo *E700A* de **Canon**.

Entre las videocámaras sencillas mereció el primer lugar el modelo *FX270* de la marca **Sony**, con una evaluación de 100 puntos; en segundo sitio quedó, con 96 puntos, el modelo *VM-E53A* de **Hitachi**; la tercera posición fue para *DVM-210N* de la marca **Daewoo**, con 94 puntos. Finalmente, el cuarto peldaño lo ocupó el modelo *VLE30V* de **Sharp**, con una evaluación de 90.

Por su parte, el grupo con formato VHS se dividió en tres subgrupos: SVHS (C), VHS(C) y VHS.

Dentro del formato SVHS (C), la mejor calificación (100 puntos) correspondió al modelo *NV-S750 PN* de la marca **Panasonic**, el cual evidenció una excelente calidad en todas las pruebas realizadas.

En el segundo grupo -formato VHS (C)-, el primer lugar lo obtuvo el modelo *NV-R500 PN* de **Panasonic**, con una evaluación de 100; le sigue el modelo *NV-S250 PN*, de la misma marca, con 98 puntos; en tercer puesto, con 96 puntos, se ubicó *GRAX55U* de **JVC**; en cuarta posición, con 95 puntos, quedó *GRAX25U*, también de **JVC**.

Entre los aparatos con formato VHS, el sitio de honor, con 99 puntos, lo ocupó el modelo *M-3000* de **Panasonic**; empatados con 95 puntos y ambos de la misma marca, **Hitachi**, el segundo peldaño fue para los modelos *2600A* y *2500A*; el tercer lugar lo obtuvo el modelo *1600A*, también de **Hitachi**, con 92 puntos.

Los detalles de cada prueba, así como las evaluaciones parciales obtenidas por los diferentes modelos y marcas, se muestran en las tablas que a continuación le presentamos. Si usted desea más información sobre el presente estudio, visite las oficinas de nuestra Coordinación General de Investigaciones, ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, Distrito Federal; o bien, llame al 559-72-96 extensión 242, donde con gusto lo atenderemos.

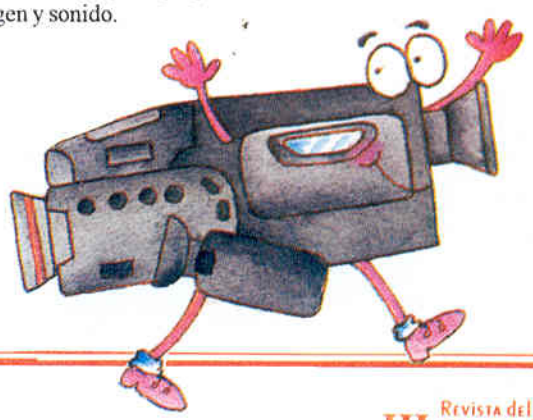
Recomendaciones de compra

Antes de comprar una videocámara es conveniente que usted se formule las siguientes preguntas:

- ¿Qué le gustaría grabar?
- ¿Con qué frecuencia utilizará su cámara?
- ¿Con qué equipo cuenta para reproducir lo que grabe?

A continuación le proporcionamos algunas sugerencias para elegir el modelo idóneo:

- Si piensa grabar escenas familiares a la luz del día, en paseos o eventos al aire libre, su cámara no requiere ser de alta sensibilidad, con una de más de *3 lux* es suficiente.
- Escoja una videocámara sencilla si para grabar solamente desea oprimir un botón; por el contrario, si le interesa grabar escenas con iluminación tenue o grandes acercamientos, entonces compre una videocámara con más de *X8* de *zoom*, y sensibilidad menor de *3 lux*.
- Si su televisor carece de sonido estereofónico, elija una cámara con sonido lineal mono o Hi Fi mono.
- En caso de que desee copiar sus grabaciones a otro casete para utilizarlas, por ejemplo, en clases, conferencias o presentaciones, le recomendamos decidirse por una videocámara Hi8, o bien, SVHS (C), que le proporcionarán una excelente calidad de imagen y sonido.



Glosario

Sensor de imagen: pequeña placa de material fotosensible llamado Dispositivo de Carga Acoplada (CCD), que transforma la imagen proyectada por medio de lentes, en una señal eléctrica.

Capacidad de telefoto (*Zoom*): característica que determina el número de veces que se amplía un objeto en la imagen por medio de las lentes de la cámara. Se ajusta utilizando los controles T (telefoto) o W (angular).

Enfoque manual o automático: las lentes de la cámara deben ajustarse para enfocar la imagen en el dispositivo CCD; esto puede hacerse manualmente moviendo el arillo de enfoque en las lentes, o bien, hay cámaras que cuentan con un proceso llamado enfoque automático: la cámara emite una señal que choca con el objeto de la escena, lo cual provoca que el aparato reciba una señal reflejada y de esta manera determine la distancia a la que se encuentra el objeto, por medio de un pequeño motor el aparato ajusta automáticamente el arillo de enfoque.

Diámetro de filtros: la lente a través de la cual se recibe la imagen de la escena se llama objetivo, la mayoría de las videocámaras posee una rosca en el objetivo para colocar lentes adicionales, el diámetro de esta rosca puede ser de 37 mm, 42 mm, etcétera.

Compuerta cubrelente: las lentes del objetivo son de cristal y deben preservarse del polvo; si se limpian con un material inadecuado pueden sufrir rayaduras; algunas marcas incluyen una pequeña compuerta que se cierra y protege el objetivo cuando no se usa la cámara.

Selector de lente gran angular: lente adicional que aumenta el ángulo de visión y se activa oprimiendo un botón en el objetivo.

Acercamiento digital: circuito electrónico que permite realizar un acercamiento a la imagen de la escena; esto se logra con la ayuda de una memoria electrónica.

Estabilizador de imagen: sirve para mantener estable la toma cuando la videocámara está ajustada con telefoto al máximo y no se cuenta con tripié.

Iluminación mínima: para grabar imágenes con iluminación tenue es importante saber cuál es el rango mínimo de luz que permite captar una escena.

Velocidad máxima del *Shutter*: es posible grabar una escena en fracciones de segundo, por ejemplo, 1/100 a 1/1000. De este modo, si el movimiento del objeto es muy rápido, la grabación será clara y nítida; de otra forma resultaría "barrida".

Lámpara integrada: la incluyen varios modelos.

Monitor visor (*View Finder*): pantalla electrónica que reproduce la imagen que recibe la cámara; en algunos aparatos es en blanco y negro, y en otros a color.

Efectos especiales: entre otros tenemos la superposición de imágenes, letras con diferentes colores, o bien, "congelamiento" de la escena.

Control de exposición automática: dispositivo para ajustar el *Shutter* en la posición adecuada dependiendo del tipo de evento que se desee grabar; existen modelos con 2, 3 ó 5 modos.

Titulador: aditamento que sirve para superponer textos a la imagen que se graba.

***Switch* de edición:** elemento que permite mejorar las imágenes grabadas a fin de copiarlas con la ayuda de una videocasetera.

Desvanecimiento de imagen (*Fade*): gracias a esta función, la imagen y el audio surgen paulatinamente; del mismo modo, si al estar grabando se acciona el botón *fade*, la imagen se desvanece poco a poco.

Grabación a intervalos de un disparo: sirve para captar escenas que transcurren en tiempos muy prolongados.

***Display* de funciones:** pantalla de cristal líquido que indica el estado en que se encuentran las funciones de grabación o reproducción.

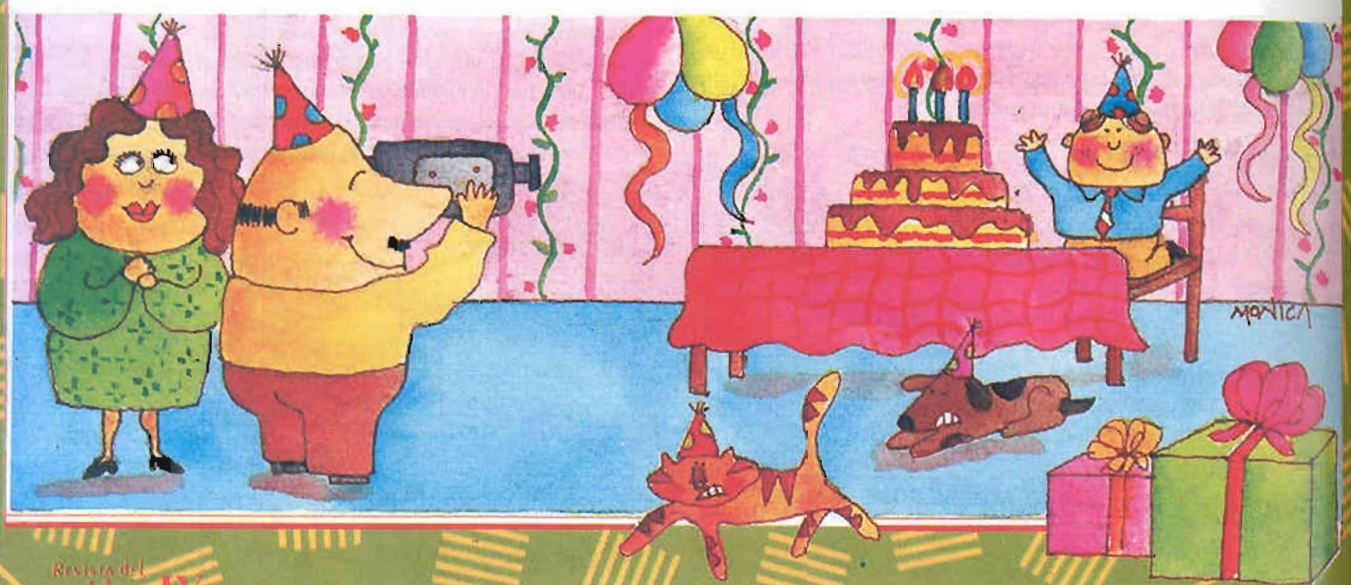
Conexiones de audio/video: útiles para llevar a cabo el monitoreo o la copia de las grabaciones hechas, con ayuda de una videocasetera.

***Beep* en funciones:** indica con un timbre o "beep" la selección de cualquier función.

Horario mundial: reloj con el que es posible ajustar el horario de la cámara para diferentes países.

Búsqueda de imagen en cinta: al iniciar una grabación se puede ver lo que hay grabado en la cinta, a fin de insertar la nueva grabación.

Reproducción para pantalla panorámica: proporciona la imagen para observarla en televisores con pantalla panorámica.



FORMATOS EN VIDEOCÁMARAS

TIPO	PESO ENPROMEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
VHS estándar	2 a 3.5 kg	El casete puede instalarse directamente en una videocasetera VHS estándar para reproducir la grabación realizada.	La videocámara es voluminosa y pesada.
VHS (C)	1 a 1.5 kg	El casete es compacto. La videocámara es ligera y pequeña. La grabación realizada puede reproducirse en una videocasetera VHS estándar con ayuda de un adaptador.	El tiempo de grabación en SP (velocidad recomendable para grabar) es de 30 minutos.
Super VHS	2 a 3.5 kg	Se obtienen grabaciones con excelente calidad de imagen y sonido de alta fidelidad estereofónica. Las copias de estas grabaciones tienen muy buena imagen y sonido.	La videocámara es voluminosa y pesada. Las grabaciones no se pueden reproducir en una videocasetera VHS estándar.
Super VHS-C	1 a 1.5 kg	La videocámara es ligera y compacta. Se obtienen grabaciones de calidad como en el formato Super VHS.	Las grabaciones no se pueden reproducir en una videocasetera VHS estándar. El tiempo de grabación es de 30 minutos a velocidad SP.
Video 8	0.700 a 1 kg	El casete es muy pequeño, la cinta es de 8 mm. La videocámara es pequeña y muy ligera. Las grabaciones obtenidas son de buena calidad en imagen y el sonido es de alta fidelidad. El tiempo de grabación es de dos horas.	El casete no puede instalarse en otra videocasetera que no sea del formato Video 8.
Hi8	0.700 a 1.2 kg	El casete es muy pequeño, igual al de formato Video 8. Las grabaciones obtenidas son de excelente calidad en imagen y el sonido es de alta fidelidad estereofónica. Las copias de estas grabaciones tienen muy buena imagen y sonido.	El casete no puede instalarse en otra videocasetera que no sea del formato Video HI 8.

Estos seis formatos se comercializan en el mercado nacional. Hace algunos años el formato Beta era muy utilizado en las videocámaras pero con la aparición del formato Video 8, el Beta dejó de producirse.

EVALUACION DE LAS PRUEBAS

PRUEBAS	VALOR
Tiempo de rebobinado	10
Tiempo de cambio del casete	10
Balance de blancos	20
Imagen con baja iluminación	20
Imagen en movimiento	10
Duración de la pila grabando	10
Tiempo de carga de la pila	10
Velocidad de enfoque	10

LAS PRUEBAS DE:

Balance de blancos

Imagen con baja iluminación

Imagen en movimiento

Fueron evaluadas con ayuda de un panel de consumidores.

TIEMPO DE CAMBIO DE CASETE

Menos de 20 seg.	10 EXCELENTE
20 seg. a 30 seg.	9 BIEN
31 seg. a 40 seg.	8 REGULAR
Más de 40 seg.	7 DEFICIENTE

TIEMPO DE REBOBINADO

VHS	VIDEO 8 (C120) Y VHS (C) (TC30)	
Menos de 7.5 min.	Menos de 6.5 min.	10 EXCELENTE
7.6 min. a 10 min.	6.6 min. a 8.4 min.	9 BIEN
10.1 min. a 12 min.	8.5 min. a 10 min.	8 REGULAR
Más de 12 min.	Más de 10 min.	7 DEFICIENTE

* DURACION DE LA PILA

Más de 60 min.		10 EXCELENTE
De 60 a 40 min.		9 BIEN
De 39.9 a 30 min.		8 REGULAR
Menos de 30 min.		7 DEFICIENTE

* TIEMPO DE CARGA DE LA PILA

Menos de 65 min.		10 EXCELENTE
De 65 a 70 min.		9 BIEN
De 70.1 a 75 min.		8 REGULAR
Más de 75 min.		7 DEFICIENTE

VELOCIDAD DE ENFOQUE

Menos de 4 seg.		10 EXCELENTE
Entre 4 y 10 seg.		9 BIEN
Entre 10.1 y 15 seg.		8 REGULAR
Más de 15 seg.		7 DEFICIENTE

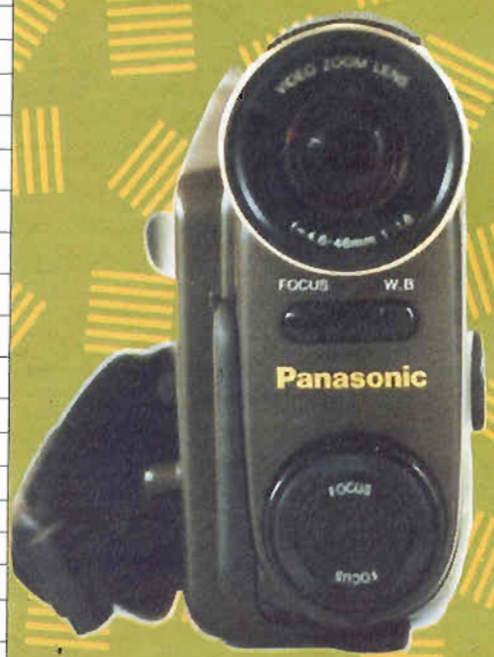
* En estas pruebas se usó la pila que proporciona el fabricante en la compra de la videocámara.

VIDEOCAMARAS Hi 8

SEMIPROFESIONAL

MARCA	CANON	CANON	SONY	HITACHI
MODELO	L2	UCS5	CCDTR805	VM-H18A
PAIS DE ORIGEN	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON
GARANTIA (años)	1	1	1	1
INSTRUCTIVO (en español)	SI	SI	SI	SI
SENSOR DE IMAGEN	380 K pix.	380 K pix.	380 K pix.	—
CAPACIDAD DEL TELEFOTO (ZOOM)	X15	X12	X10	X8
ENFOQUE MANUAL (M) AUTOMATICO (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)
DIAMETRO PARA FILTROS	Variable	46 mm.	52 mm.	46 mm.
COMPUERTA CUBRELENTE	—	—	—	—
SELECTOR DE LENTE GRAN ANGULAR	—	—	—	—
ACERCAMIENTO DIGITAL	X 30	X 24	—	—
ESTABILIZADOR DE IMAGEN	—	SI	SI	—
ILUMINACION MINIMA	0.5 lux	3 lux	3 lux	3 lux
VELOCIDAD MAXIMA DE SHUTTER	1/10000	1/10000	1/10000	1/10000
LAMPARA INTEGRADA	—	—	—	—
MONITOR VISOR	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro
EFECTOS ESPECIALES	SI	SI	SI	SI
CONTROL DE EXPOSICION AUTOMATICA	—	6 modos	—	—
TITULADOR	SI	SI	—	SI
SWITCH DE EDICION	SI	SI	SI	SI
DESVANECIMIENTO DE IMAGEN	SI	SI	SI	SI
GRABACION A INTERVALOS DE UN DISPARO	—	—	—	SI
DISPLAY DE FUNCIONES	—	—	SI	SI
CONEXIONES AUDIO/VIDEO	SI	SI	SI	SI
BEEP EN FUNCIONES	—	—	—	—
HORARIO DE RELOJ MUNDIAL	—	—	SI	—
BUSQUEDA DE IMAGEN EN CINTA	SI	SI	SI	SI
CONSUMO DE ENERGIA	8.8 w	7.7 w	6.4 w	7.7 w
CONTROL REMOTO	SI	SI	SI	SI
CONEXION DE MICROFONO (MIC) AUDIFONO (AUD)	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)	—
AUDIOGRABACION	HiFi estéreo	HiFi estéreo	HiFi estéreo	HiFi estéreo
CONEXION DE VIDEO (S)	SI	SI	SI	SI
LENTES INTERCAMBIABLES	SI	—	—	—
PESO	1.85 kg.	810 g.	860 g.	1 kg.
REPRODUCCION PARA PANTALLA PANORAMICA	—	SI	—	—
VELOCIDADES DE GRABACION	SP/LP	SP/LP	SP	SP
TIEMPO DE REBOBINADO (minutos)	6.25	8.5	8.3	8.7
TIEMPO DE CAMBIO DE CASETE (segundos)	19.6	25.2	19	18.6
BALANCE DE BLANCOS	▭	▭	▭	▭
IMAGEN CON BAJA ILUMINACION	▭	▭	▭	▭
IMAGEN EN MOVIMIENTO	▭	▭	▭	▭
DURACION DE LA PILA GRABANDO (minutos)	62	51	68	40
TIEMPO DE CARGA DE LA PILA (minutos)	103	61	83	56
VELOCIDAD DE ENFOQUE (segundos)	10.3	2.5	2.1	6
PRECIO (N$)	15,000	7,750	5,200	4,350
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	99	96	92

— No presenta.
* Especiales de la marca.



▭ EXCELENTE
▭ BIEN
▭ REGULAR
▭ DEFICIENTE

VIDEOCAMARAS VHS

	SVHS (C)		VHS (C)			(1)
MARCA	PANASONIC	PANASONIC	PANASONIC	JVC	JVC	PANASONIC
MODELO	NV-S750 PN	NV-R500 PN	NV-S250 PN	GRAX55U	GRAX25U	NV-CSiPN
PAIS DE ORIGEN	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON
GARANTIA (años)	1	2	2	1	1	2
INSTRUCTIVO (en español)	SI	SI	SI	SI	SI	SI
CAPACIDAD DEL TELEFOTO (ZOOM)	X15	X15	X8	X10	X10	—
ENFOQUE MANUAL (M) AUTOMATICO (A)	(M) (A)	(A)	(M) (A)	(A)	(A)	—
DIAMETRO PARA FILTROS	37mm		49 mm.	43 mm.	43 mm.	—
COMPUERTA CUBRELENTE	—	—	—	—	—	—
SELECTOR DE LENTE GRAN ANGULAR	—	—	—	—	—	SI
ACERCAMIENTO INSTANTANEO DIGITAL	X3	X3	—	—	—	—
ESTABILIZADOR DE IMAGEN	—	—	—	—	—	—
ILUMINACION MINIMA	1 lux	0.5 lux	1 lux	2 lux	2 lux	7 lux
VELOCIDAD MAXIMA DE SHUTTER	1/40000	1/10000	1/500	1/80000	1/80000	—
LAMPARA INTEGRADA	—	—	—	SI	—	—
MONITOR VISOR	Blanco y Negro	Color	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Optico
EFECTOS ESPECIALES	SI	SI	SI	SI	SI	—
CONTROL DE EXPOSICION AUTOMATICA	3 modos	4 modos	5 modos	6 modos	6 modos	—
TITULADOR	—	—	—	—	—	—
SWITCH DE EDICION	—	SI	—	SI	SI	—
DESVANECIMIENTO DE IMAGEN (FADE)	SI	SI	SI	SI	SI	—
GRABACION A INTERVALOS DE UN DISPARO	—	—	—	—	—	—
DISPLAY DE FUNCIONES	—	—	—	—	—	—
CONEXIONES AUDIO/VIDEO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
BEEP EN FUNCIONES	—	—	—	—	—	—
HORARIO DE RELOJ MUNDIAL	—	—	—	—	—	—
BUSQUEDA DE IMAGEN EN CINTA	SI	SI	SI	SI	SI	—
CONSUMO DE ENERGIA	6.7 w	6.9 w	7.1 w	6 w	6 w	4.7 w
CONTROL REMOTO	—	—	—	SI	SI	—
CONEXION DE MICROFONO (MIC) AUDIFONO (AUD)	(MIC)	(MIC)	(MIC)	—	—	—
AUDIOGRABACION	Estéreo HiFi	Mono	Lineal mono	Lineal mono	Lineal mono	Lineal mono
PESO (SIN PILA)	820 g.	860 g.	950 g.	700 g.	690 g.	600 g.
TIEMPO DE REBOBINADO (minutos)	6.1	6.1	6.1	7.4	7.4	—
TIEMPO DE CAMBIO DE CASETE (segundos)	18.9	14.5	17.4	14	14	14.8
BALANCE DE BLANCOS	▭	▭	▭	▭	▭	▭
IMAGEN CON BAJA ILUMINACION	▭	▭	▭	▬	▬	▬
IMAGEN EN MOVIMIENTO	▭	▭	▭	▭	▭	▭
DURACION DE LA PILA GRABANDO (minutos)	50	58	50	69	69	67
TIEMPO DE CARGA DE LA PILA (minutos)	50	55	50	67	67	50
VELOCIDAD DE ENFOQUE (segundos)	2.4	2.3	2.5	2.5	2.5	—
PRECIO (N$)	5,350	5,800	4,150	4,800	3,050	3,095
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	98	96	95	90

— No presenta.
* Especiales de la marca.

(1) Esta videocámara no es reproductora como todas las demás.

VHS

PANASONIC	HITACHI	HITACHI	HITACHI
M-3000	2600 A	2500 A	1600 A
JAPON	JAPON	JAPON	JAPON
2	1	1	1
SI	SI	SI	SI
X25	X24	X16	X12
(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)
—	37 mm	37 mm	37 mm
—	—	—	—
—	—	—	—
X4	—	—	—
—	—	—	—
1 lux	1 lux	1 lux	1 lux
1/10000	1/10000	1/10000	1/10000
—	—	—	—
Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro
—	—	—	—
1	1	1	1
—	SI	SI	SI
SI	SI	SI	SI
SI	SI	SI	SI
—	—	—	—
—	—	—	—
SI	SI	SI	SI
—	—	—	—
—	—	—	—
SI	SI	SI	SI
8.7 w	8 w	8 w	8 w
—	—	—	—
(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)
Lineal mono	Lineal mono	Lineal mono	Lineal mono
2.3 kg.	2.1 kg.	2.1 kg.	2.1 kg.
9.4	4.9	4.9	5.4
18.1	19	19.4	19.8
▭	▭	▭	▭
▭	▭	▭	▭
▭	▭	▭	▭
74	81	85	87
80	85	87	90
3.2	5.1	4.9	5.1
6,050	2,550	2,700	2,450
99	95	95	92

▭ EXCELENTE
▭ BIEN
▭ REGULAR
▭ DEFICIENTE

VIDEOCAMARAS FORMATO 8 mm

	CON FUNCIONES ESPECIALES			INTERMEDIAS			
MARCA	SONY	HITACHI	CANON	SONY	CANON	CANON	CANON
MODELO	CCDTR 353	NME 15A	E67A	CCDTR 212	E700A	E620A	E520A
PAIS DE ORIGEN	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON
GARANTIA (años)	1	1	1	1	1	1	1
INSTRUCTIVO (en español)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
SENSOR DE IMAGEN	250 K pix.	270 K pix.	250 K pix.	250 K pix.	300 K pix.	250 K pix.	250 K pix
CAPACIDAD DEL TELEFOTO (ZOOM)	X 10	X 8	X10	X 10	X 12	X12	X10
ENFOQUE MANUAL (M) AUTOMATICO (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)
DIAMETRO PARA FILTROS	—	37 mm.	37 mm.	37 mm.	46 mm.	37 mm.	37 mm.
COMPUERTA CUBRELENTE	SI	—	—	SI	—	—	—
SELECTOR DE LENTE GRAN ANGULAR	SI	—	—	—	—	—	—
ACERCAMIENTO DIGITAL	—	—	—	—	—	—	—
ESTABILIZADOR DE IMAGEN	—	—	—	—	SI	—	—
ILUMINACION MINIMA	1 lux	1 lux	2 lux	2 lux	2 lux	2 lux	2 lux
VELOCIDAD MAXIMA DE SHUTTER	—	1/10000	1/4000	N.P.	1/10000	1/10000	1/10000
LAMPARA INTEGRADA	—	—	—	—	SI	SI	SI
MONITOR VISOR	Color	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y N
EFECTOS ESPECIALES	—	SI	SI	—	—	—	—
CONTROL DE EXPOSICION AUTOMATICA	4 modos	6 modos	—	3 modos	3 modos	3 modos	3 modos
TITULADOR	—	SI	SI	—	SI	SI	SI
SWITCH DE EDICION	SI	SI	—	SI	—	—	—
DESVANECIMIENTO DE IMAGEN	SI	SI	SI	—	SI	SI	SI
GRABACION A INTERVALOS DE UN DISPARO	—	SI	—	—	—	—	—
DISPLAY DE FUNCIONES	—	SI	—	—	—	—	—
CONEXIONES AUDIO/VIDEO	Estándar	*	Estándar	Estándar	Estándar	Estándar	Estándar
BEEP EN FUNCIONES	—	—	—	—	—	—	—
HORARIO DE RELOJ MUNDIAL	—	—	—	SI	—	—	—
BUSQUEDA DE IMAGEN EN CINTA	SI	—	SI	SI	SI	SI	SI
CONSUMO DE ENERGIA	6.4 w	7.7 w	7.5 w	5.3 w	4.0 w	5.8 w	5.5 w
CONTROL REMOTO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
CONEXION DE MICROFONO (MIC) AUDIFONO (AUD)	(MIC)	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)	(MIC)	—	—	—
AUDIOGRABACION	HiFi estéreo	HiFi mono	HiFi estéreo	HiFi mono	HiFi mono	HiFi estéreo	HiFi mo
PESO (SIN PILA)	790 g.	1000 g.	1000 g.	770 g.	980 g.	940 g.	920 g
TIEMPO DE REBOBINADO (minutos)	6.2	8.6	6.5	6.2	7	7	7
TIEMPO DE CAMBIO DE CASETE (segundos)	17.9	19.8	28	17.4	28	29	30
BALANCE DE BLANCOS	▭	▭	▭	▭	▭	▭	▭
IMAGEN CON BAJA ILUMINACION	▭	▭	▬	▭	▬	▬	▬
IMAGEN EN MOVIMIENTO	▭	▭	▭	▭	▭	▭	▭
DURACION DE LA PILA GRABANDO (minutos)	73	40	54	77	53	80	76
TIEMPO DE CARGA DE LA PILA (minutos)	55	62	63	67	63	67	68
VELOCIDAD DE ENFOQUE (segundos)	3.9	5.7	3.9	3.9	3.5	5.4	5.1
PRECIO (N$)	3,850	3,900	3,799	3,300	6,500	3,995	3,499
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	95	92	100	98	92	92

— No presenta.
* Especiales de la marca.

▭ EXCELENTE ▬ REGULAR

▬ BIEN ■ DEFICIENTE

SENCILLAS

CON PANTALLA DE CRISTAL LIQUIDO 3", A COLOR

SONY	HITACHI	DAEWOO	SHARP
FX270	VM-E53A	DVM-210N	VLE30V
JAPON	JAPON	COREA	JAPON
1	1	1	1
SI	SI	SI	SI
270 K pix.	270 K pix.	270 K	270 K pix.
X 10	X 16	X 8	X8
(A)	(A)	(M) (A)	(A)
37 mm.	34 mm.	37 mm.	37 mm.
--	--	--	SI
--	--	--	--
--	SI	--	--
--	--	--	--
3 lux	1 lux	3 lux	5 lux
--	--	1/10000	--
--	--	--	--
Blanco y Negro	Blanco y Negro	Blanco y Negro	Pantalla LC 3"
--	--	SI	--
2 modos	--	1	--
--	SI	SI	--
SI	--	SI	--
--	--	SI	--
--	--	--	--
--	--	--	--
Estándar	*	Estándar	Estándar
--	--	--	--
--	--	--	--
SI	--	SI	SI
5 w	5 w	6.8 w	7.9 w
SI	SI	--	SI
(MIC) (AUD)	--	(MIC) (AUD)	(MIC) (AUD)
HiFi mono	HiFi mono	HiFi mono	HiFi mono
820 g	710 g.	1.1 kg.	850 g.
6.2	6.2	6.2	8.2
19.8	22	16.2	21.5
▭	▭	▭	▭
▭	▭	▭	■
▭	▭	▭	▭
70	62	50	42
63	63	60	55
3	4.9	6.3	10.9
3.139	3,520	3,100	5,000
100	96	94	90

La proliferación de los "videoclubes" en nuestro país ha propiciado la adquisición de videocaseteras en la mayoría de los hogares mexicanos, aumentando día con día su demanda en el mercado, donde los precios y la calidad varían según los vientos de nuevas marcas y modelos.

Ante esta situación, la Procuraduría Federal del Consumidor realizó un estudio para dar a conocer la calidad de diferentes videocaseteras que actualmente se comercializan a nivel nacional, con la finalidad de orientar al consumidor y ayudarlo a realizar una buena compra.

¿Cuáles fueron las marcas analizadas?

El estudio tomó en cuenta las siguientes: **Akawa**, **Daewoo**, **Elektra**, **Hitachi**, **JVC**, **Panasonic**, **Sharp**, **Sony** y **Zonda**.

¿Qué pruebas se les aplicaron?

Para determinar la calidad de los aparatos se consideraron los siguientes aspectos:

- Seguridad eléctrica
- Potencia
- Tiempo de regreso total
- Tiempo de entrada del casete
- Tiempo de adelanto total
- Reproducción de sonido
- Reproducción de imagen

¿Qué resultados se obtuvieron?

En el rubro de videocaseteras formato VHS con sonido estereofónico, el estudio se dividió en dos grupos: el primero engloba a las videocaseteras con características especiales, y el segundo corresponde a las estereofónicas de alta fidelidad.

En el primer grupo calificó con 100 puntos el modelo *NV-W1E* de la marca **Panasonic**, el cual resultó "excelente" en todas las pruebas que se le aplicaron.

Dentro del segundo grupo, el sitio número uno fue para el modelo *HD 100 Px* de **Panasonic**, que alcanzó 100 puntos de evaluación; le siguió, con 98 puntos, el modelo *HD 50 Px*, también de **Panasonic**; el tercer puesto, con 96 puntos, correspondió a *SLV-700 HF* de la marca **Sony**; con 94 puntos se ubicó en el cuarto lugar el modelo *VT-55IA* de **Hitachi**; con un puntaje de 92, el quinto peldaño fue para el modelo *VT-F361A* de **Hitachi**; finalmente, en sexta posición quedó el modelo *HR-J1600 UM* de la marca **JVC**, con una evaluación de 90 unidades.

Por su parte, los resultados de las videocaseteras formato VHS con sonido monoaural fueron los siguientes:

El modelo *SLV-X37* de **Sony** ocupó el primer lugar con una puntuación de 99 unidades; enseguida se colocó, con 98 puntos, el modelo *SLV-X510* de la misma marca; el tercer lugar lo ocuparon, con 96 puntos, los modelos *HR-J1400* de **JVC**, *EKV-41M* de **Elektra** y *ZV-901D* de **Zonda**.

El cuarto puesto lo obtuvo el modelo *VT-M260* de **Hitachi**, con 95 puntos; mientras que con una calificación de 94 puntos, en quinto lugar empataron los modelos *DVR-8088* y *DVR-5686* de la marca **Daewoo**; el sexto sitio fue

para *NV-J22* y *NV-J26* de **Panasonic**, con 93 puntos. El séptimo peldaño lo ocuparon los modelos *VC-514U* y *VC-550* de la marca **Sharp**, junto con *EK-7870* de **Elektra** y *AKA-V4* de **Akawa**, todos ellos con 91 puntos. En octava posición quedó el modelo *ZV-801D* de **Zonda**, que logró 90 puntos; le siguieron en noveno lugar, con 89 puntos, los modelos *EKV-5088* de la marca **Elektra**, *AKA-V2* de **Akawa** y *VT-M171* de **Hitachi**; en décimo sitio se ubicaron, con una puntuación de 87 unidades, los modelos *EKV-24M* de **Elektra** y *VC-A350* de **Sharp**.

Los detalles de las pruebas y las evaluaciones parciales y totales obtenidas por cada marca se muestran en las tablas que a continuación le presentamos. Si usted desea obtener mayor información sobre este estudio, visítenos en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, Distrito Federal; o bien, llámenos al 559-72-96 extensión 242.

Recomendaciones de compra

Antes de comprar una videocasetera tome en cuenta estas sugerencias y asegure su compra:

- Si usted cuenta con un televisor estereofónico, lo más conveniente es adquirir una videocasetera estereofónica; en caso de que su televisor sea monoaural, elija una videocasetera que también lo sea.
- Si necesita reproducir escenas en cámara lenta, cuadro por cuadro, o bien, "congelar" imágenes, le recomendamos optar por un aparato con 4 o más cabezas.
- En caso de que requiera hacer ediciones es aconsejable elegir una videocasetera con cabeza de borrador flotante (5 cabezas) y entrada para sincronía de edición.
- Si viaja constantemente en automóvil y le gusta llevar su equipo de reproducción consigo, escoja un modelo con conexión para el encendedor de cigarrillos del auto.
- Finalmente, si desea reproducir películas con sonido de alta fidelidad para integrarlo a su equipo de audio, le sugerimos decidirse por una videocasetera HiFi.

Fuente: Coordinación de Investigación Tecnológica, Profeco.

EVALUACION DE LAS PRUEBAS

PRUEBAS	VALOR
Tiempo de regreso total	10
Tiempo de adelanto	10
Tiempo de entrada del casete	10
Reproducción del sonido	35
Reproducción de la imagen	35

TIEMPO DE REGRESO TOTAL	TIEMPO DE ADELANTADO
Menos de 4.9 min.	Menos de 4.9 min.
5 min. a 5.9 min.	5 min. a 5.9 min.
6 min. a 6.9 min.	6 min. a 6.9 min.
Más de 7 min.	Más de 7 min.

- 10 EXCELENTE
- 8 BIEN
- 6 REGULAR
- 4 DEFICIENTE

VIDEOCASETERAS FORMATO VHS

MARCA	SONY	SONY	JVC	ELEKTRA	ZONDA	HITACHI	DAEWOO	DAEWOO	PANASONIC	PANASONIC	PANASO
MODELO	SLV-X37	SLV-X510	HR J1400	EKV-41M	ZV-901 D	VT-M260	DVR-8088	DVR-5686	NV-J28	NV-J22	NV-J
PAIS DE ORIGEN	JAPON	MALASIA	MALASIA	COREA	COREA	MALASIA	COREA	COREA	JAPON	JAPON	JAPO
GARANTIA (años)	1	1	1	1.5	1	1	1	1	2	2	2
NUMERO DE CABEZAS	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
FUNCIONES EN PANTALLA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TRACKING MANUAL (M) AUTOMATICO (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)
TEMPORIZADOR PROGRAMABLE	8/1 mes	8/1 mes	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 mes	8/1 año	8/1 año	8/1 año
CAMARA LENTA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	—	—	SI	SI	SI
LLAVE DE ACCESO	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
ELIMINACION DE RUIDO/PANTALLA AZUL	SI	SI	SI	SI	SI	—	—	—	SI	SI	SI
VELOCIDADES DE GRABACION	SP/LP	SP/LP	SP/LP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/EP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/S
REPRODUCCION EN VELOCIDAD DE X2	SI	SI	SI	—	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
DATO CINTA REMANENTE	SI	SI	SI	—	SI	SI	—	—	—	—	—
LIMPIEZA AUT. DE CABEZAS	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
MENSAJE FAMILIAR	—	—	SI	—	—	—	—	—	—	—	—
VELOCIDAD CUADRO X CUADRO	SI	SI	SI	—	—	SI	—	—	SI	SI	SI
REBOBINADO AUTOMATICO	SI	SI	—	—	—	SI	—	—	—	—	—
PESO (kg.)	5.4	5.2	4.3	4.42	4.1	5.3	5.4	6	4.2	3.9	3.9
DIMENSIONES (Alto x Ancho x Profundo)	430x91x348	430x91x353	360x94x303	360x88X330	36x94x310	370x80x302	380x88x345	380x85x343	430x89x306	378x89x304	375x8
TIEMPO DE REGRESO TOTAL (min.) *	4.44	4.30	5.53	3.54	5.45	6.2	6.07	6.07	3.44	5.44	6.31
TIEMPO DE ADELANTO (min.) *	4.29	4.3	6.14	3.43	4.48	5.57	6.06	6.06	5.42	5.44	4.4
TIEMPO DE ENTRADA DEL CASETE (seg.) *	8.39	8.13	6.69	6.14	5.64	5.55	5.17	5.08	6.01	6.3	6.3
GRABACION AUDIO	☐	◧	☐	◧	◧	☐	☐	☐	◧	◧	◧
REPRODUCCION VIDEO	☐	☐	◧	☐	☐	◧	◧	◧	◧	◧	◧
PRECIO (N$)	1,150	1,400	1,229	880	949	745	1,130	995	1,450	1,200	1,30
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	99	98	96	96	96	95	94	94	93	93	93

— No presenta.

* Estas pruebas de medición se realizaron con un casete de C-120.

** Sólo reproduce y se puede conectar al encendedor del auto.

TIEMPO DE ENTRADA DEL CASETE

Menos de 3.9 seg.	10	EXCELENTE
4 seg. a 4.9 seg.	8	BIEN
5 seg. a 5.9 seg.	6	REGULAR
Más de 6 seg.	4	DEFICIENTE

LAS PRUEBAS DE:

Reproducción del sonido

Reproducción de la imagen

Fueron evaluadas con ayuda de un panel de consumidores.

										SOLO REPRODUCE
SHARP	SHARP	ELEKTRA	AKAWA	ZONDA	ELEKTRA	AKAWA	HITACHI	ELEKTRA	SHARP	DAEWOO **
VC-5140	VC-550	EK-7870	AKA-V4	ZV-801D	EKV-5088	AKA-V2	VT-M171	EKV-24M	VC-A350	DVR-1282
MALASIA	MALASIA	COREA	COREA	COREA	COREA	COREA	MALASIA	COREA	MALASIA	COREA
2	2	1.5	1	1	1.5	1	1	1.5	2	1
4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	—
(A)	(A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(A)	(M) (A)
8/1 año	8/14 meses	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/1 año	8/14 meses	8/1 año
SI	SI	SI	SI	—	SI	—	SI	—	—	SI
SI	SI	—	—	—	—	—	—	—	SI	—
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	—	SI	SI	—
SP/LP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP/EP	SP/LP/SLP	SP/LP/SLP	SP LP SLP
SI	SI	SI	SI	—	SI	SI	SI	—	SI	SI
—	—	SI	SI	SI	—	SI	—	—	—	—
—	—	SI	SI	SI	—	SI	—	—	—	SI
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	SI	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
4.7	5.2	6.4	4.3	4.1	6	4.3	5.3	5.3	5.2	6
380x82x354.5	380x82x354.5	430x86x346	380x87.5x314	360x94x303	380x85x343	380x87x314	380x82x323	380x80x330	380x82.5x354	300x85x366
5.04	5.08	4.25	5.42	5.41	6.07	5.42	3.19	3.58	5.07	5.50
5.07	5.12	4.27	4.35	4.46	6.07	4.7	3.23	3.45	5.12	5.51
6.31	6.58	5.54	5.54	3.68	5.14	5.56	6.93	5.76	6.57	5.3
■	■	■	■	■	■	■	□	■	■	□
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1,250	1,150	949	1,295	799	829	850	1,100	780	945	850
91	91	91	91	90	89	89	89	87	87	94

□ EXCELENTE ■ BIEN ■ REGULAR ■ DEFICIENTE

VIDEOCASETERAS FORMATO VHS CON SONIDO ESTEREOFONICO DE ALTA FIDELIDAD Hi Fi

ESPECIAL MULTISISTEMAS

MARCA		PANASONIC	PANASONIC	PANASONIC	SONY	HITACHI	SHARP	HITACHI	JVC
MODELO		NV-W1E	HD 100 Px	HD 50 Px	SLV-700 HF	VT-55IA	VCH75V	VT-F361A	HR-J1600UM
PAIS DE ORIGEN		JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	JAPON	MALASIA	MALASIA
GARANTIA (años)		2	2	2	1	1	2	1	1
NUMERO DE CABEZAS		4	4	4	4	5	4	4	4
FUNCIONES EN PANTALLA		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TRACKING MANUAL (M) AUTOMATICO (A)		(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)	(M) (A)
TEMPORIZADOR PROGRAMABLE		—	8/1	8/1	8/1	8/1	8/1	8/1	8/1
CAMARA LENTA		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
LLAVE DE ACCESO		—	—	—	—	SI	SI	SI	—
ELIMINACION DE RUIDO/PANTALLA AZUL		—	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
VELOCIDADES DE GRABACION		SP/LP	SP/LP	SP/LP	SP/LP	SP/EP	SP/LP/SLP	SP/EP	SP/LP
REPRODUCCION EN VELOCIDAD DE X2		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
DATO CINTA REMANENTE		SI	—	—	—	SI	—	—	—
LIMPIEZA AUT. DE CABEZAS		SI	—	—	SI	SI	—	SI	SI
MENSAJE FAMILIAR		—	—	—	—	—	—	—	SI
VELOCIDAD CUADRO X CUADRO		SI	SI	SI	SI	SI	—	SI	SI
SUPER VELOCIDAD DE REBOBINADO		SI	SI	SI	—	SI	—	SI	—
REBOBINADO AUTOMATICO		—	SI	SI	SI	SI	—	SI	—
PESO (kg.)		6.5	5.3	4.4	5.5	7.1	4.7	5.3	4.3
DIMENSIONES (Alto x Ancho x Profundo)		464x105.5x392.4	430x96x362	430x89x292	430x91x353	361x96x350	360x89.8x324	360x82x334	360x94x310
TIEMPO DE REGRESO TOTAL (min.) *		6.23	2.36	3.42	4.4	4.15	5.09	3.21	5.53
TIEMPO DE ADELANTO (min.) *		6.19	2.54	4.51	4.3	3.34	5.13	3.23	6.14
TIEMPO DE ENTRADA DEL CASETE (seg.) *		9.46	4.27	6.26	8.57	6.36	6.7	7.09	6.69
GRABACION	AUDIO	□	□	□	□	□	□	□	□
REPRODUCCION	VIDEO	□	□	□	□	■	■	■	■
PRECIO (N$)		7,900	3,229	2,590	2,100	2,340	2,090	1,400	1,699
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD		100	100	98	96	94	92	92	90

— No presenta.
* Estas pruebas de medición se realizaron con un casete C-120.

□ EXCELENTE ■ BIEN ■ REGULAR ■ DEFICIENTE